

Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie
Obor: Regionální a politická geografie



Eva Tomanová

ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU NA ZÁPADNÍ UKRAJINĚ

TOURISM DEVELOPMENT IN THE WESTERN UKRAINE

Diplomová práce

Praha 2012

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze 16. 08. 2012

.....

Na tomto místě bych ráda poděkovala RNDr. Jiří Vágnerovi, Ph.D., za odborné vedení při zpracovávání závěrečné práce. Dále bych chtěla poděkovat zástupcům jednotlivých organizací za jejich spolupráci. Mé poděkování patří i všem, kteří se mnou konzultovali obsah této práce, a kteří mě podporovali při zpracování této práce.

ABSTRAKT:

Tato diplomová práce se zabývá rozvojem cestovního ruchu na západní Ukrajině. Cílem práce je navrhnout strategii rozvoje cestovního ruchu. První část je věnována rozboru zdrojů, metodickému postupu práce a kvalitativní analýze. Následně charakterizují cestovní ruch Ukrajiny, vývoj cestovního ruchu země a vývoj cestovního ruchu vymezeného regionu západní Ukrajiny na základě statistických údajů. Součástí strategie rozvoje je stanovení potenciálů cestovního ruchu a SWOT analýza. Následuje vlastní strategie rozvoje, jejíž součástí jsou vize a cíle. V závěru práce zpracovávám jednotlivé návrhové projekty rozvoje cestovního ruchu západní Ukrajiny.

Klíčová slova: strategie rozvoje, SWOT analýza, region západní Ukrajiny

ABSTRACT:

This dissertation is concerned with a tourism development in Western Ukraine. The main goal of this dissertation is to suggest the tourism strategy development. The first part of the dissertation is devoted to the sources analysis, the methodological analysis of this thesis and the qualitative analysis. Next part of this dissertation describes tourism in Ukraine, the tourism development in the country and the tourism development in defined region of Western Ukraine based on statistical data. The development strategy includes tourism capacity determination and the SWOT analysis. Subsequent part concerns development strategy itself, including visions and goals. Finally I process individual tourism development proposals in the Western Ukraine

Key words: development strategy, SWOT analysis, region Western Ukraine

OBSAH

	Strana
1. Úvod	9
2. Definice pojmů	11
3. Literatura a zdroje	18
4. Metodika práce	24
5. Výsledky metody DELPHI	27
6. Cestovní ruch na Ukrajině	29
6. 1. Celková charakteristika země	29
6. 2. Vývoj cestovního ruchu Ukrajiny	34
7. Vývoj cestovního ruchu Ukrajiny a regionu západní Ukrajina	39
8. Předpoklady cestovního ruchu západní Ukrajiny	45
8. 1. Lokalizační předpoklady	46
8. 2. Realizační předpoklady	50
8. 3. Selektivní předpoklady	58
9. SWOT analýza.....	61
10. Strategie rozvoje – vize a cíle	65
11. Jednotlivé navrhované projekty	67
12. Závěr	73
Přílohy	76
Seznam použité literatury	86

SEZNAM TABULEK

strana

Tabulka č. 1: Přehled počtu turistů dle země původu	38
Tabulka č. 2.: Kategorizace ubytovacích zařízení	55
Tabulka č. 3: Deskriptivní statistika	56
Tabulka č. 4: Test normality	57
Tabulka č. 5: Testovací statistika (a,b)	57

SEZNAM GRAFŮ

	strana
Graf č. 1: Vývoj návštěvnosti v letech 1995 – 2004 dle WTO	34
Graf č. 2: Vývoj příjmů z cestovního ruchu Ukrajiny v letech 1995 – 2004 dle WTO	35
Graf č. 3: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů Ukrajiny, včetně jednodenních turistů v letech 2000 – 2011	36
Graf č. 4: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů Ukrajiny v letech 2000 – 2011	37
Graf č. 5: Vývoj návštěvnosti domácích turistů Ukrajiny v letech 2000 – 2011	37
Graf č. 6: Počet turistů, kteří přijeli na Ukrajinu v letech 2005 – 2006	39
Graf č. 7: Počet turistů, kteří přijeli do regionu západní Ukrajiny v letech 2005 – 2011	40
Graf č. 8:	40
Vývoj návštěvnosti turistů v regionech západní Ukrajiny v letech 2005 – 2011	
Graf č. 9:	41
Vývoj návštěvnosti v regionech západní Ukrajiny bez regionu IF v letech 2005 – 2011	
Graf č. 10: Podíl turistů na celkových příjezdech Ukrajiny v letech 2005 – 2011	42
Graf č. 11:	42
Podíl zahraničních turistů na celkových příjezdech Ukrajiny v letech 2005 -2011	
Graf č. 12: Počet zahraničních turistů na Ukrajině v letech 2005 – 2011	43
Graf č. 13: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů v regionech západní Ukrajiny bez regionu Ternopil v letech 2005 – 2011	43

SEZNAM OBRÁZKŮ

	strana
Obrázek č. 1: Butlerův životní cyklus destinace	14
Obrázek č. 2: Členění přínosů a pozitivních vlivů cestovního ruchu	20
Obrázek č. 3: Regiony Ukrajiny	29
Obrázek č. 4: Vymezení jednotlivých oblastí Ukrajiny	30
Obrázek č. 5: Sousední země Ukrajiny	31
Obrázek č. 6: Fyzicko-geografická mapa země	31
Obrázek č. 7: Administrativní vymezení regionů západní Ukrajiny	45
Obrázek č. 8: Vymezení Zakarpatské Ukrajiny	45
Obrázek č. 9: Mapa Zakarpatské Ukrajiny	46
Obrázek č. 10: Vymezení Lvovského regionu	48
Obrázek č. 11: Mapa historického centra města	48
Obrázek č. 12: Zámky Zakarpatské Ukrajiny	49
Obrázek č. 13: Hranice Vyšné Německé	51
Obrázek č. 14: Hlavní komunikace na Ukrajině	52
Obrázek č. 15: Hlavní železniční tahy Ukrajiny	53
Obrázek č. 16: Letiště Ukrajiny	54

SEZNAM PŘÍLOH

	strana
Příloha č. 1: Mezinárodní příjezdy v letech 1995 – 2004 dle WTO	76
Příloha č. 2: Mezinárodní příjmy v letech 1995 – 2004 dle WTO	76
Příloha č. 3: Příjezdy turistů v letech 2000 – 2011 dle USÚ	76
Příloha č. 4: Vývoj návštěvnosti turistů Ukrajiny v letech 2000 – 2011	77
Příloha č. 5:	77
Počet turistů přijíždějících do vymezených regionů v letech 2005 – 2011	
Příloha č. 6:	78
Vývoj návštěvnosti ve vymezených regionech v letech 2005 – 2011	
Příloha č. 7: Podíl turistů v regionu západní Ukrajina na celkových příjezdech na Ukrajinu v letech 2005 – 2011	78
Příloha č. 8: Podíl zahraničních turistů na celkovém příjezdu turistů na Ukrajinu v letech 2005 – 2011	78
Příloha č. 9: Počet zahraničních turistů přijíždějících do regionu západní Ukrajina v letech 2005 – 2011	79
Příloha č. 10: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů v regionu západní Ukrajina v letech 2005 – 2011	79
Příloha č. 11: Obrázek vybudovaných tras Klubem českých turistů	80
Příloha č. 12: Ubytovací zařízení v regionu Západní Ukrajiny	81
Příloha č. 13: Přehled všech oblastí Ukrajiny v českém a anglickém jazyce	85

1. ÚVOD

Západní Ukrajina je součástí největší země Evropy, pakliže odmyslíme evropskou část Ruska. Sami si už vlastně ani neuvědomujeme, že část regionu západní Ukrajiny - Podkarpatská Rus, byla součástí naší historické minulosti a částí území Československa v období první republiky. S odkazy minulosti, které nám připomínají naši společnou historii a společné tradice, se setkáváme v našem běžném životě. Skutečně se stačí rozhlédnout kolem sebe a uvědomit si, že jídlo, které máme dnes k obědu, má ukrajinský původ. Jedná se o polévku všeho chuti boršč. Můžete namítnout, že tento příklad není úplně vhodným odkazem naší společné tradice, tudíž pojďme hledat příklady jiné.

Snad každý z nás se na základní škole učil o Ivanu Olbrachtovi a o jeho díle Nikolaj Šuhaj Loupežník. Kniha vypráví o loupežníkovi z kraje Koločava, který bohatým bral a chudým dával. Jiným odkazem pro nás může být mistrovské dílo Jaroslava Haška, který ztvárnil postavu legendárního Josefa Švejka, jehož kroky za první světové války míří spolu s jeho nadříceným na Halič. Toto území se rozkládá v oblasti okolo dnešního města Lvov. Halič byla součástí Rakouska – Uherska, které ovládali Habsburkové.

Zlomovým okamžikem v historickém vývoji byla roku 1917 vítězná bitva u Zborova. Zborovské vítězství přispělo k podpoře Československého národního odboje a posílilo pozici při vyjednávání politiků při vzniku samostatného státu.

Krom historických kořenů, nesmíme opomínat jazykovou blízkost. Český jazyk spadá do shodné jazykové skupiny indoevropských jazyků. Myslím si, že ve své podstatě o této oblasti mnoho nevíme. Bylo by jistě zajímavé dozvědět se o tomto území více. Zjistit, jaké přednosti či negativa země skýtá pro cestovní ruch.

Práce nese název Rozvoj cestovního ruchu západní Ukrajiny. Cestovní ruch je specifickou formou mechanického pohybu obyvatel (Hrala 2009) a hraje významnou roli ve světovém hospodářství. Domnívám se, že západní Ukrajina může být zajímavý regionem k navštívení, ačkoliv pro nás není typickou oblastí cestovního ruchu. V souvislosti s Českou republikou a naším společným kulturním a historickým vývojem, by nám navštívení tohoto území mohlo podhalit zajímavé souvislosti. Neměla bych opomenout, že tento region může být zajímavý pro turisty z jiných koutů světa, neboť se odlišuje od jiných oblastí svým složitým historickým vývojem, kde se snoubila řada kultur.

Na počátku této práce vycházím z myšlenky, že region západní Ukrajiny je ve své podstatě neprobádanou oblastí cestovního ruchu a na naší akademické půdě se doposud nikdo tímto regionem nezabýval blíže.

Cíle práce:

Cílem práce není vytvořit „novou příručku“ poskytující informace o cestovním ruchu západní Ukrajiny. **Hlavním cílem práce** by mělo být **navrhnutí strategie rozvoje cestovního ruchu západní Ukrajiny**. V rámci dílčích cílů bych chtěla **umístit region západní Ukrajiny do Butlerova cyklu životní destinace a predikovat další vývoj**. Na základě potenciálu cestovního ruchu vytvořit **SWOT analýzu silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb**. Pomocí statistické analýzy **zhodnotit rozmístění ubytovacích zařízení dle jejich kvality** ve vymezené oblasti.

Na základě výše uvedených cílů práce byly stanoveny následující hypotézy, které by měly přispět k naplnění této práce.

Hypotézy:

Obecně platí, že nejatraktivnější destinace cestovního ruchu jsou ty, které umožňují příjezd zahraničních turistů po co nejdelší dobu. Jinými slovy ty destinace, které umožňují příjezd turistů po celý rok nebo během letní a současně během letní a zimní sezóny. Na základě zmíněného byla stanovena tato hypotéza.

Konkurenční výhodou západní Ukrajiny je, že má dostatek atraktivit pro celoroční cestovní ruch.

Každou destinaci cestovního ruchu lze zařadit do cyklu životní destinace cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že samostatná Ukrajina existuje 21 let, jedná se pravděpodobně o příliš krátkou dobu na to, aby region západní Ukrajiny mohl být v jiné než v objevitelské fázi Butlerova cyklu životní destinace. Dle dat charakterizující příjezdy do regionu západní Ukrajiny se budu snažit prokázat níže uvedenou hypotézu.

Vymezená oblast se stále nachází v objevitelské fázi Butlerova cyklu životní destinace.

S rozvojem cestovního ruchu souvisí i rozvoj a rozmístění ubytovacích zařízení. Opět vzhledem ke krátké samostatnosti země se domnívám, že snahou Ukrajiny je přilákat turisty z celého světa z různých vrstev společnosti. Tudíž by měla být podpořena výstavba a rozvoj všech kategorií ubytovacích zařízení v celé oblasti. Vzhledem k regionálním rozdílům ve významnosti jednotlivých míst a měst je tento rozvoj nerovnoměrně rozmístěn.

Ubytovací zařízení různé kvality jsou v celé oblasti nerovnoměrně rozmístěny.

2. DEFINICE POJMŮ

V této kapitole bych chtěla dle definic objasnit důležité pojmy související s cestovním ruchem.

„Agroturismus (též agrární cestovní ruch, agritourism) – jedná se o druh cestovního ruchu, turistické nebo rekreační pobyty na venkově, na rodinných farmách, jejichž hlavním účelem je poznávání alternativního způsobu života v blízkém kontaktu s přírodou, přímá spoluúčast na zemědělských činnostech a aktivní odpočinek.“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Destinace cestovního ruchu je místo, které je navštěvované účastníkem (účastníky) cestovního ruchu.“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Typická je tvorba a propagace společného turistického produktu destinace a případně i zpracování statistik cestovního ruchu pro jeho území. (Typologizace destinací je proces vymezování destinací cestovního ruchu podle kritérií, vybraných podle účelu typologizace (Zpravidla však podle převažujícího a nejtypičtějšího typu atraktivity cestovního ruchu v dané destinaci).“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Cestovní ruch – (turismus) jedná se o komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, současně souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s užíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správných aktivit.“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Druh cestovního ruchu (type of tourism) – jedná se o typ cestovního ruchu, jehož klíčovým kritériem je „jevový průběh cestovního ruchu a způsob realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky“. Toto obecné kritérium se dále dělí podle objektivních faktorů (prostorové, časové, sociální,...)“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Místo realizace – domácí, zahraniční, mezinárodní cestovní ruch“

„Doba trvání (kritériem obvykle bývá hranice tří dnů) - krátkodobý, dlouhodobý“

Způsob financování - komerční, sociální cestovní ruch“

„Vliv na místní komunitu a životní prostředí – měkký cestovní ruch (minimalizuje vliv nežádoucích aktivit spojených s cestovním ruchem), tvrdý cestovní ruch (je masovým cestovním ruchem, který nebere ohled na sociální, kulturní a environmentální dopady).“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Forma cestovního ruchu (form of tourism) – jedná se o typ cestovního ruchu, pro učení je klíčovým jevem motivace návštěvníka. Základními motivacemi jsou odpočinek, poznávání

prostředí a kontakt s novými lidmi. Formy cestovního ruchu – rekreační, pobytový („plážový“), poznávací, socio - profesní.“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Konkurenční výhoda – tento pojem úzce souvisí s pojmem komparativní výhoda, která je na úrovni jednotlivých ekonomik odvozována buď z daného vybavení určitými zdroji jako např. kapitálem, prací, surovinami apod., nebo stupněm technologického zaostávání. Komparativní výhoda jinými slovy znamená, že odpovědnost za úspěch nese ekonomický subjekt. Konkurenční výhoda je spojována s institucionálními faktory, přičemž jejich působení může být ovlivňováno politikami vlád a vládou regulovanými pobídkami.“ (Blažek 2008)

„Periferní oblast – oblast, která nedosahuje určité funkčně – prostorové úrovně a sociálně – prostorových vztahů. Existují různé aspekty, které určují perifernost oblasti. Tyto faktory a intenzita jsou v čase proměnlivé. Hlavní faktory, které určují postavení v polarizovaném prostoru, jsou: vnější a vnitřní poloha, objektivní a subjektivní faktory. Mezi objektivní faktory patří fyzicko-geografické předpoklady, geometrické, ekonomické, sociálně-demografické, ekologické, kulturní a náboženské.“ (Havlíček, Chromý, Janák, Marada 2005)

„S vytyčením periferní oblasti souvisí pojem jádro a periferie. Jádrovými oblastmi jsou hlavní centra politického, hospodářského a společenského života. Periferií jsou obvykle málo zalidněné oblasti, které mají malý význam ve světové nebo regionální ekonomice.“ (Havlíček, Chromý, Janák, Marada 2005)

„Účastník cestovního ruchu – (tourism participant) každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací není výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se některé druhu nebo formy cestovního ruchu.“ (Pásková, Zelenka 2002)

„Strategie regionálního rozvoje – podle OECD je cílem posílit konkurenceschopnost využití doposud nevyužitého potenciálu. Objevení a využití příležitostí pro prosazení místních výrobků služeb, zlepšování kvalifikace a možností pro dlouhodobou profesní dráhu, zlepšování fyzického prostředí pro podnikatele i pro místního obyvatele.“ (Blažek 2009)

„Strategický plán je dokument, který musí obsahovat definovaný cíl, čeho chceme dosáhnout, způsoby, jakým cíle dosáhneme, jakým způsobem budou zajištěny finanční a lidské zdroje, jak bude zajištěna materiální a institucionální infrastruktura strategického plánu. Dokument se skládá z těchto částí – analytické, syntetické, návrhové a realizační.“ (www.rozvoj-pk.cz 2012)

„SWOT analýza – metoda kvalifikovaného utřídění znalostí o řešené oblasti. Silné a slabé stránky vyjadřují současný stav a vnitřní podmínky. Příležitosti a hrozby hovoří o budoucnosti a o vnějších vlivech, které lze jen těžko ovlivnit.“ (Blažek 2009)

„SWOT analýza představuje syntetickou část strategického plánu.“ (www.rozvoj-pk.cz 2012)

„**Vízová povinnost** (necessity for a visa) – povinnost příslušníka cizího státu, vůči kterému je tento režim jiným státem uplatňován, získat povolení ke vstupu, pobytu a opuštění země.“ (Pásková, Zelenka 2002)

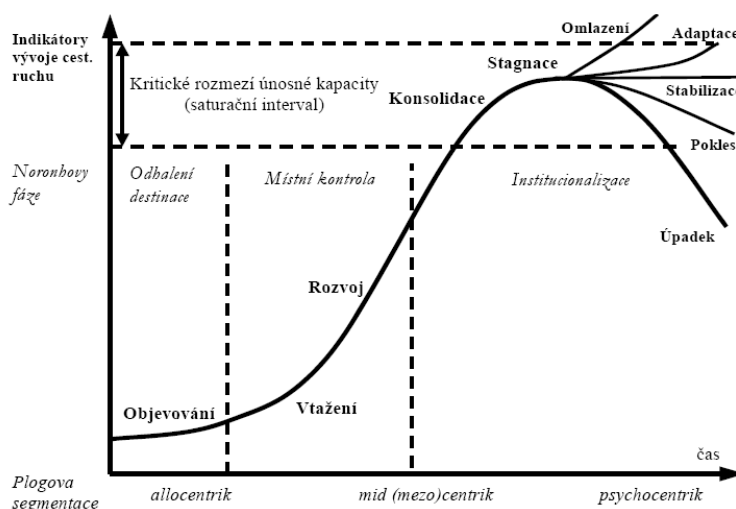
„**Životní cyklus destinace** (destination lifecycle) – aplikace klasického ekonomického a marketingového modelu „životního cyklu produktu“ na složený produkt destinace, která se skládá z mnoha rozdílných produktů s odlišným průběhem a délkou životního cyklu. Pomocí vhodně zvolených indikátorů a s nutnou korekcí na působení dalších jevů a procesů lze sledovat vhodné kvantitativní a kvalitativní změny v destinaci vlivem rozvoje cestovního ruchu. Odvozování životního cyklu destinace na základě dat z minulých období představuje významný nástroj pro destinační management. Koncept životního cyklu nabízí pro řízení v destinaci čtyři základní funkce: deskriptivní, explanační, prediktivní a deskriptivní.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„**Jednotlivé cykly životního cyklu destinace – objevení, vtažení, rozvoj, konsolidace, stagnace, poststagnace.**“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Jako indikátory vývoje cestovního ruchu ve vztahu ke stavu primárních, sekundárních a terciárních zdrojů cestovního ruchu jsou nejčastěji uváděny růst počtu návštěvníků, růst podílu turistů, změna počtu konkurenčních destinací, průměrné výdaje návštěvníků, změna v segmentační struktuře, tržní podíl a cenová inflace tažená cestovním ruchem.“ (Zelenka, Pásková 2008)

Nejrozšířenějším konceptem je Butlerův životní cyklus destinace, obrázek č. 1 viz níže.

Obrázek č. 1: Butlerův životní cyklus destinace



Zdroj: Zelenka, Pásková 2008

„Fáze objevitelská, kdy zpravidla do destinace proudí zcela neorganizovaně poměrně malý počet individuálních návštěvníků, kteří preferují dobrodružnější formu cestování. Turisté si zpravidla zajišťují cestu vlastními silami na základě vlastních znalostí. Návštěvnost zpravidla nevykazuje žádné známky pravidelnosti, jelikož ve vznikající destinaci zatím není vybudována žádná suprastruktura cestovního ruchu. Návštěvníci tohoto typu jsou označováni jako „objevovatelé“, zpravidla znají nebo se snaží znát jazyk, místní kulturu a místní komunitu. Na fyzickou strukturu a sociální prostředí mají tito návštěvníci relativně malý vliv, avšak zprostředkování své zkušenosti dávají rozhodující impuls pro zvyšování návštěvnosti destinace náročnějším segmentem.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Fáze vtažení, kdy spolu s nárůstem objemu a pravidelnosti návštěvnosti destinace se někteří místní obyvatelé začínají realizovat v podnikání v cestovním ruchu. Místní iniciativa v destinaci v této fázi vzrůstá přímo úměrně zvyšujícím se nárokům návštěvníků. Kontakt mezi návštěvníky a místními obyvateli zůstává stále relativně intenzivní. Postupně se formuje propagace cestovního ruchu, současně se začínají krystalizovat zdrojové oblasti destinace. Začíná se projevovat sezónnost a změny v sociální struktuře. Rozvoj cestovního ruchu začíná nabývat na organizovanosti, začínají se projevovat první znaky na samosprávu a veřejné instituce ve smyslu zabezpečení infrastruktury cestovního ruchu.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Fáze rozvoje, kdy lokalita disponuje dobře vymezeným okruhem zdrojových oblastí, které jsou formované částečně důraznou propagací cestovního ruchu v těchto oblastech. S postupem této fáze aktivita místních obyvatel klesá. Některá místně provozovaná zařízení cestovního ruchu jsou vytlačena sofistikovanějšími a modernějšími zařízeními. Atraktivita cestovního ruchu jsou rozvíjeny či uměle generovány a výrazně propagovány. Změny ve fyzickém vzhledu území jsou znatelné a zdaleka nejsou přijímány místními obyvateli. Masový a exogenní cestovní ruch sebou přináší významné nežádoucí dopady na ekonomické, fyzické, ekologické, socio-kulturní a percepční modely. V pozdější fázi je nezbytně nutné, aby docházelo k systematickému plánování na úrovni lokální, regionální a nadnárodní, z důvodu kontroly všech nejzávažnějších stávajících a potenciálních problémů. Míra růstu intenzity cestovního ruchu je měřená počtem návštěvníků dosahuje v této fázi nejvyšších hodnot. V hlavní sezóně převyšují počty návštěvníků počty místních obyvatel, typická je masovost cestovního ruchu a diverzifikace nabídky. Díky nárůstům počtu zahraničních návštěvníků dochází v destinaci dříve nevyskytujících služeb. Dochází k viditelnému posunu pohledu místních na zahraniční návštěvníky. Lze rozlišit dvě fáze této etapy: **raná fáze** vyznačující se nabídkou paketů specializovaných cestovní kancelář a **masová fáze**, kdy z výklenkových cestovních kancelář se stávají masové cestovní kanceláře. Výrazně se

začínat projevovat proces komercializace vztahu návštěvníků k místním obyvatelům.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Fáze konsolidace, kdy dochází ke zřetelnému zpomalování tempa růstu návštěvnosti, i když absolutní počet návštěvníků stále roste. Převážná část místní ekonomiky je vázaná na cestovní ruch. Aktivita cestovního ruchu se stává pro destinaci životně důležitou z hlediska příjmů a zaměstnanosti. Narůstá suprastruktura cestovního ruchu a místo získává turisticky monokulturní charakter s vytvářením tzv. „turistických ghett“. Začínají se objevovat pobočky významných hotelových a pohostinských řetězců. Marketing a propagace nabývají značné intenzity. Typické je masové organizování cestovního ruchu, převažuje typ návštěvníka bez zájmu o reálný život. Marketing a propagace nabývají značné intenzity a vyznačují se snahou rozšířit návštěvníckou sezónu i zdrojové oblasti destinace. Typické je masové organizování cestovního ruchu. Zřetelný vývoj vztahu místních obyvatel k návštěvníkům a k rozvoji cestovního ruchu ve smyslu jejich „znechucení“ jeho rozvoje. Někteří návštěvníci přestávají destinaci vyhledávat, protože ji začínají vnímat jako podřadnou, přelidněnou a již neschopnou jim poskytnout neobyčejné zážitky, tento stav vyúsťuje k omezování návštěvníkových aktivit.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Fáze stagnace je nejkritičtější etapou, neboť rozhoduje o tom, která z fází se skutečně stane. Počet návštěvníků dosahuje vrcholu, průměrná délka pobytu a průměrná útrata návštěvníka zpravidla vykazují klesající tendenci, díky značné časové a prostorové koncentraci návštěvnosti. Destinace má velice pevně zakotvenou image a je již nemoderní. Primární aktivity jsou vytlačeny uměle vytvořenými atrakcemi. Dochází ke zvyšování antagonistických postojů místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu. V této fázi se zhoršení postoje týká i obyvatel zaměstnaných v cestovním ruchu, neboť přínosy se snižují.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Poststagnace v závislosti na předchozím vývoji předešlých pěti variant.“ (Zelenka, Pásková 2008)

„Úpadek je výsledkem vyčerpání zdrojů destinace, výrazného snížení kvality životního prostředí, degradace místního životního stylu, ztráty genia loci“ (Zelenka, Pásková 2008)

- „kromě nepřiměřené exploatace destinačních zdrojů bývá tento stav často výsledkem válečných konfliktů, epidemií či přírodních katastrof“ (Zelenka, Pásková 2008)
- **„scénář poklesu** se vyznačuje postupným útlumem turistické funkce, zpravidla zapříčiněné překročením únosné kapacity destinace pro rozvoj cestovního ruchu a nedostatečnými investicemi do údržby a inovace infrastruktury cestovního ruchu“ (Zelenka, Pásková 2008)

- **„stabilizace** - udržování stabilní úrovně návštěvnosti destinace poté, co se jí podařilo vyrovnat s předcházejícím poklesem“ (Zelenka, Pásková 2008)
- **„adaptace** - jistá modifikace rozvoje cestovního ruchu a přizpůsobení únosné kapacity území, přičemž pokračující ochrana zdrojů cestovního ruchu umožní jistou míru růstu návštěvnosti“ (Zelenka, Pásková 2008)
- **„omlazení** – výsledek, který vedl ke změně image destinace a zvýšení její únosné kapacity pomocí efektivních metod řízení, inovací, nových technologií atd., začíná nový životní cyklus destinace a opětovný nárůst návštěvnosti“ (Zelenka, Pásková 2008)

3. LITERATURA A ZDROJE

Tuto kapitolu rozděluji do několika částí. V první části poukazuji na různé zdroje, kde můžeme získat rozmanité informace, znalosti a zajímavosti o Ukrajině. Prvním cílem je zjistit na základě těchto zdrojů charakter země a vytyčené oblasti. Uvědomuji si, že hlavně využívám internetové odkazy. Domnívám se, že vzhledem k dostupnosti zdroje, k digitalizaci knih je jen přirozené, že využívám internet jako hlavní zdroje informací. V druhé části této kapitoly se pokusím diskutovat rozhovor s profesorem Hennadym Naumenkem prezidentem Institutu cestovního ruchu Ukrajiny a rozebrat článek, který se zabývá cestovním ruchem jednotlivých oblastí Ukrajiny. Součástí je diskuze bakalářské práce s názvem Lvov – význam historického centra pro cestovní ruch, která byla obhájena studentkou Vysoké školy ekonomické (dále též VŠE). Do této kapitoly zahrnuji Strategii rozvoje cestovního ruchu obce Velké Bílovice (Vopatová 2011) a Analýzu polarizace prostoru a možnosti rozvoje periferních území: příklad Trutnovska (Turek 2010).

Pokud se rozhlédneme, téměř v kterémkoliv knihkupectví v České republice nalezneme bezpochyby několik cestovních průvodců o Ukrajině. Do této práce jsem vybrala níže uvedené tři průvodce Ukrajinou. Důvodem je, že jsou to nejběžněji dostupní průvodci v síti knihkupectví na českém trhu. Jedním z nejobsáhlejších turistických průvodců je *Turistický průvodce Ukrajina* (Evans 2011). V knize jsou propojeny vlastní zkušenosti cestovatele, informace o historickém vývoji země, popis přírodních památek, popis jednotlivých míst a užitečné odkazy pro turisty. V knize dominuje psaný text, který je doplněn plány měst, mapami turistických tras. Tento průvodce mi pomohl utřídit si informace o Ukrajině jako celku. Díky němu jsem lokalizovala atraktivitu v regionu západní Ukrajina. Průvodce za řady *Lonely Planet Ukrajina* (Svojtka & Co. Praha 2007) je na rozdíl od Evansova průvodce strohý, stručný a méně popisný. Vypichuje jednotlivé atraktivitu oblasti a především se zaměřuje na lokální informace týkající se otvírací doby muzeí, nabídku hotelů a restauračních zařízení. *Zakarpatská Ukrajina, ukrajinské Karpaty – Poloniny – Turistický a trekový průvodce* (Brandos 2007) je knihou, která se specifikuje na oblast Zakarpatské Ukrajiny a hory oblasti Haliče a Bukoviny. Součástí knihy je podrobný popis turistických a trekových cest. Kniha je doplněna zpracovanými mapkami a výřezy z turistických map. Myslím si, že pro nadšence, kteří se rozhodnou pro výhradně turistickou cestu do těchto oblastí, může být kniha výrazným pomocníkem při plánování turistických tras, ale i rádcem přímo v dané lokalitě. V rámci hodnocení mě nejvíce zaujal a byl pro mě inspirující *Turistický průvodce Ukrajina* od Evanse. Průvodce z řady *Lonely Planet* mě ve své

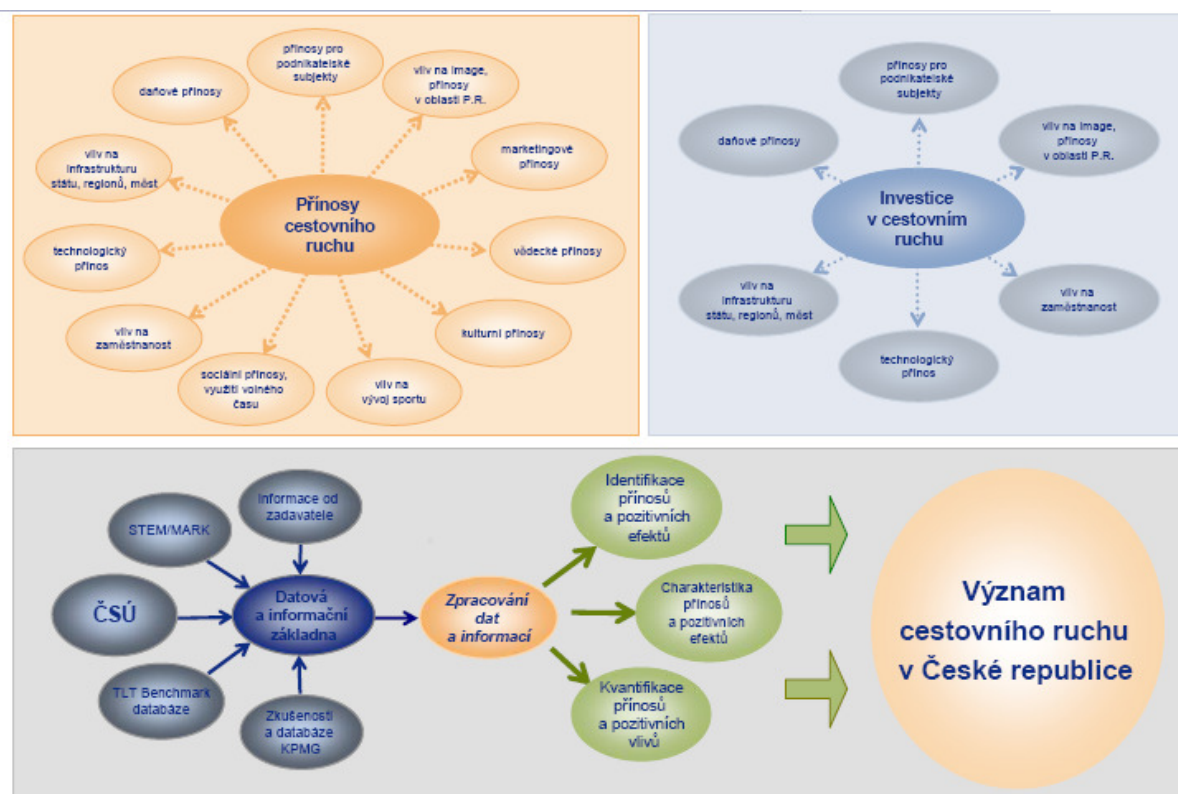
podstatně nijak nezaujal, a proto z něj dále nevycházím. Průvodce od Brandose určitě zaujme turisty. Tento průvodce je specializován na turistické cesty, z tohoto důvodu jej dále nevyužívám.

Základní informace o zemi a současně hospodářské zajímavosti či novinky poskytuje *Oficiální portál pro podnikání a export Business Info* (www.businessinfo.cz). *Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky* (www.mmr.cz) a jeho příspěvková organizace *Czechtourism* (www.czechtourism.cz), které mimo jiné přinášejí informace o spolupráci s Ukrajinou a nabízí pozvánky na různé workshopy. Ne zcela obvyklý zdroj informací poskytuje internetový portál *Kraj Vysočina* (<http://www.kr-vysocina.cz/zakarpatska-ukrajina/ds-300884/p1=26646>). Na jeho webových stránkách je možno nalézt informace o českých spolicích v Zakarpatské oblasti a o jejich spolupráci s Krajem Vysočina, o výměnných pobytech, folklorních a jiných kulturních akcích. Zdrojem informací o Ukrajině jsou i různé odborné časopisy. O Ukrajině vyšlo celé číslo v *Geografických rozhledech* (2006/2007-16-5). Ve své podstatě mě vydání tohoto časopisu inspirovalo k myšlence, abych svou práci psala na téma této země resp. regionu této země. Autoři do obsahu časopisu zahrnuli nejen pohled na zemi, a jednotlivé její oblasti jako je právě Zakarpatská Ukrajina, Lvov či Černobyl. O Ukrajině přináší články časopis *Cot Business* (www.cot.cz) nebo časopis *Lidé a Země* (www.lideazeme.cz).

Co se týče zahraničních zdrojů, vybrala jsem pro tuto práci dva články, které hovoří o cestovním ruchu Ukrajiny. Prvním je rozhovor s profesorem Neumenkem (www.wumag.kiev.ua 2012) a druhým je článek zabývající se cestovním ruchem Ukrajiny a jednotlivých regionů, který nese název *Cestovní ruch Ukrajiny – nový průmysl, který je více a více důležitější* (www.articlesbase.com 2012). Profesor Naumenko je jedním ze zakladatelů Institutu cestovního ruchu Ukrajiny. Turismem se zabýval ještě v dobách, kdy Ukrajina byla součástí Sovětského svazu. V těchto dobách Sovětský svaz nepodporoval rozvoj cestovního ruchu, neboť existoval zákaz cestování za hranice Sovětského svazu. Žádní zahraniční turisté nemohli do země přicestovat (vyjma pohybu v rámci Sovětského svazu, který byl rovněž omezován) a stejně tak obyvatelé země nemohli vycestovat za hranice země. Výrazná změna přišla až po rozpadu Sovětského svazu, kdy se uvolnily hranice a mohlo se na Ukrajinu začít cestovat, stejně tak Ukrajinci mohli vycestovat ven za hranice státu. V první řadě došlo k pořádání výjezdových zájezdů do zahraničí, což podpořilo rozvoj cestovních kanceláří. Profesor Naumenko se domnívá, že Ukrajina splňuje nezbytné podmínky pro začlenění do Evropy, neboť 14 000 000 ukrajinských turistů v roce 2004 vycestovalo do zahraničí. Tento údaj v článku není opřený o jiné srovnání např. s celkovým výjezdem turistů

z východní Evropy. Domnívám se ovšem, že tento fakt je sice pro Ukrajinu pozitivní, ale Ukrajina jako taková stále není dostatečně politicky a ekonomicky stabilní. Faktem rovněž zůstává ve stejném roce na Ukrajinu dle World Tourism Organization (dále též WTO a od roku 2006 též UNWTO) na Ukrajinu přicestovalo 15 629 000. Tyto fakty skutečně podporují teorii, že dochází k rozvoji zahraničního cestovního ruchu a poukazují na to, že tato sféra je důležitým ekonomickým hybatelem. K tomu, aby byl zdůrazněn význam cestovního ruchu, využívám obrázek č. 2. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, kde je patrná provázanost jednotlivých odvětví cestovního ruchu a jejich význam (www.mmr.cz 2012). Tento model lze aplikovat i na podporu a rozvoj cestovního ruchu Ukrajiny. Pokud se zvýší návštěvnost v regionu, dojde k rozvoji podnikatelských subjektů, zároveň dojde ke zvyšování HDP na osobu, současně budou navyšování státní příjmy a rozpočty obcí. Stát a obce budou mít prostředky pro rozvoj infrastruktury. Kvalitní infrastruktura podpoří rozvoj cestovního ruchu.

Obrázek č. 2: Členění přínosů a pozitivních vlivů cestovního ruchu



Zdroj: <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5030fa35-535b-439a-a571-ddd135650142>, 2012

V roce 1997 se země připojila k World Tourism Organization. Na základě charakteristik cestovního ruchu WTO Ukrajina má tři rozhodující potenciály pro cestovní

ruch a to **historickou minulost, krásnou krajinu a podmínky pro etnický a zemědělský cestovní ruch** (www.wumag.kiev.ua 2012). V článku profesor Naumenko zmiňuje podmínky pro zimní a letní cestovní ruch. Jak bylo uvedeno v úvodu, zajímá mě, zda mnou vymezená oblast tyto podmínky rovněž splňuje. Profesor Naumenko se v tomto případě opírá o rozmanitost země a to, že se na území nachází jak hory, tak moře. Na druhou stranu připouští, že potenciál cestovního ruchu je v zemi podceňován, ačkoliv je mnohem jednodušší začít podnikat v cestovním ruchu, než v kterékoliv jiné ekonomické oblasti. Bohužel obyvatelé země doposud tuto výhodu cestovního ruchu ve větší míře neobjevili, a tak není divu, že mnoho turistů raději využívá ubytování v soukromých bytech, což podporuje tzv. šedou ekonomiku. Dle názoru pana Naumenka, tento problém může být snad vyřešen vytvořením turistických center, které budou spolupracovat s poskytovateli ubytování. Z výše uvedeného vyplývá, že by se turistům měla poskytovat síť služeb v soukromém vlastnictví, před masovou podporou výstavby sítí hotelových komplexů. V závěru hovoří Naumenko o tom, že zaměstnancům v cestovním ruchu chybí specializace a apeluje na další vzdělávání. Dle zkušenosti z Vysoké školy v Užhorodu je o studium cestovního ruchu enormní zájem, tudíž se domnívám, že při studiu dochází ke specializaci. Otázkou je, zda dochází i k rekvalifikaci již stávajících zaměstnanců v cestovním ruchu nebo zda noví absolventi nahrazují původní zaměstnance a ti pak mohou mít problém se zaměstnat. Na druhou stranu si Naumenko myslí, že noví absolventi se nemají problém zaměstnat, neboť dochází k rozvoji cestovního ruchu a rozvoji služeb s ním souvisejících, tudíž má poznámka nemusí být nutně pravdivá. Naumenko doufá, že vláda bude podporovat rozvoj cestovního ruchu a služeb s ním souvisejících, neboť tato oblast terciéru podpoří rozvoj ekonomiky.

Výše uvedený rozhovor podporuje druhý článek s názvem *Cestovní ruch Ukrajiny – nový průmysl, který je více a více důležitější* (2002). Z článku vyplývá, že cestovní ruch je nejrychleji rostoucím průmyslem a stal se klíčovým faktorem ukrajinské ekonomiky. Znamená to tedy, že v současnosti dochází k úpadu tradičních průmyslových odvětví? Článek s názvem *Ukrajina nahrává novým obchodům* - tento trend z počátku nového století skutečně potvrzuje (<http://hn.ihned.cz> 2004). Největší podíl zahraničních turistů tvoří Maďaři, Poláci, Němci a Američané. Nejvíce navštěvovanými místy jsou **Kyjev, Krym, Karpatská oblast včetně Lvova a Oděsa**. Příjezdy zahraničních turistů pozitivně ovlivňují rozvoj ekonomiky, neboť v průměru utratí 600 \$ během výletu. Dle zdroje www.podnikatel.cz utratí zahraniční turista v České republice za den 2 402 Kč, což v přepočtu vychází na 117 \$. Pokud vezmeme v potaz, že turista stráví v České republice tři dny, utratí po dobu pobytu 351 \$. Bohužel údaj o tom, za jak dlouhou dobu pobytu utratí zahraniční turista částku 600 \$ v článku chybí. Lze

je jen velmi těžko porovnat s jinými údaji, např. s částkou, kterou utratí zahraniční turisté v České republice. Mohu jen usuzovat, že na Ukrajině je levněji a pobyty zahraničních turistů jsou delší než tři dny, a tudíž turisté mohou v průměru při svém pobytu utratit 600 \$. Současně článek potvrzuje, že zahraniční turisté dávají přednost individuálnímu způsobu cestování před organizovaným způsobem což, jak bylo uvedeno v prvním článku, podporuje rozvoj tzv. černé ekonomiky, neboť článek dále neuvádí, kde se tito turisté ubytují. Američané a Kanadčané navštěvují především oblast západní Ukrajiny. Tento fakt mohu potvrdit, při přechodu ukrajinských hranic jsem se kromě Ukrajinců, Slováků a Čechů setkala s několika individuálními turisty, kteří pocházeli z Kanady. Němci cestují především na Krym. **Karpatský region poskytuje návštěvníkům hory, čistý vzduch, historická a kulturní centra a v neposlední řadě léčebné lázně.** Síť hotelů v regionu západní Ukrajina je soustředěna **ve Lvově, v Užhorodu a v Černivci.** Tento údaj mohu dále využít v případě charakteristiky ubytovacích zařízení a při ověřování hypotézy uvedené v kapitole Úvod. V zimní sezóně jsou Karpaty hlavním místem lyžařů, přičemž do oblasti míří především Rusové, obyvatelé z pobaltských zemí a z východní Evropy. Článek rovněž hovoří o potenciálu agro-turistiky a o potenciálu hor, které se mohou v létě využít pro cyklistiku. Další výhodou **Ukrajiny je sousedství s Maďarskem, Slovenskem a Polskem,** v těchto oblastech se stále dodržují tradice a farmářský způsob života, který rovněž láká turisty.

Oba články ve své podstatě hovoří o tom samém o potenciálu, který Ukrajina skýtá a který by bylo dobré využít pro rozvoj ekonomiky země. Otázkou je, zda v současnosti došlo jak v Ukrajině, tak v mém vymezeném regionu k rozvoji a podpoře potenciálu.

Při svém hledání vhodných zdrojů jsem objevila na Vysoké škole ekonomické zpracovanou bakalářskou práci na téma *Lvov – význam historického centra pro cestovní ruch města* (Skibinska, 2012). Ze samotného názvu práce vyplývá, že se tato bakalářská práce zabývá téměř výhradně cestovním ruchem města Lvov. Výjimku tvoří pouze teoretický vstup do práce a obecná charakteristika Ukrajiny. Domnívám se, že zajímavou přidanou informací práce je podkapitola Organizace cestovního ruchu na Ukrajině, která udává, že na rozvoji cestovního ruchu se podílí ministerstvo kultury. Toto ministerstvo tvoří legislativu a připravuje program rozvoje cestovního ruchu. Autorka v práci rovněž charakterizuje aktuální příjezdový cestovní ruch do města dle způsobů zabezpečení cesty a dle původu návštěvníků, přičemž zdrojem dat byl webový portál <http://ukrexport.gov.ua/ukr>. Tento webový odkaz využiji i a zjištěné údaje zpracuji v této diplomové práci. Za nedostatek práce považuji, že v hodnocení vývoje návštěvnosti není zahrnuta delší časová řada, ale pouze rok 2009. V rámci charakteristiky práce je zhodnocen i výjezdový cestovní ruch. Myslím si,

že tato podkapitola je v práci zahrnuta navíc, neboť nám nic nehovoří o cestovním ruchu oblasti a ani o cestovním ruchu Ukrajiny, a tudíž s daným tématem práce a se stanovenými cíli práce přímo nesouvisí. Naopak mě tyto údaje z uvedených zdrojů, které autorka využila, pomohou charakterizovat vývoj cestovního ruchu Ukrajiny. Stěžejní část práce je věnována charakteristice kulturních a historických památek města Lvova. Závěr práce tvoří SWOT analýza. Autorka do práce zahrnula možný vliv pořádání mezinárodního mistrovství ve fotbale Euro 2012 na vývoj cestovního ruchu a především na ekonomiku země. Tato práce v první řadě neguje moji domněnku, že oblast Ukrajiny je doposud neprobádaná a nikdo se vytyčenou oblastí nezabýval. Hlavním přínosem práce je závěr – přínosy a doporučení pro vývoj oblasti, cestovního ruchu i pořádání samotného Eura. Zaměření práce pomůže při zpracování práce a při tvorbě předpokladů cestovního ruchu a SWOT analýzy.

Při zkoumání všech dostupných zdrojů jsem zjistila, že cestovním ruchem Ukrajiny a místo z regionu západní Ukrajiny se zabývaly také tyto práce: *Význam zámku "Palanok" pro cestovní ruch Zakarpatského regionu* (Ledyda 2009), *Vzájemný cestovní ruch Ukrajiny a České republiky* (Hrončeková 2008), které opět byly obhájeny na VŠE. Výše uvedené práce důsledně vyvrací domněnku, že se regionem západní Ukrajiny doposud nikdo nezabýval. Z bakalářské práce *Význam zámku „Palanok“ pro cestovní ruch Zakarpatského regionu* využiji možnost kulturního potenciálu regionu. Dle práce zámek „Palanok“ není jedinou atraktivitou oblasti.

Strategie rozvoje cestovního ruchu obce Velké Bílovice (Vopatová 2011) mě inspirovala k zaměření této práce a ke stanovení hlavního cíle, vytvoření strategie rozvoje cestovního ruchu. Autorka se ve své strategii zaměřuje na obec Velké Bílovice. Zaměřuje se na přilákání turistů do oblasti i z jiného důvodu než je návštěva vinných sklípků. Kapitola Katalog projektů (Vopatová 2011) mě zaujala na tolik, že z návrhu této kapitoly vyjdu při koncepci vlastního katalogu projektů.

Analýza polarizace prostoru a možnosti rozvoje periferních území: příklad Trutnovska (Turek 2010) se zabývá charakteristikou periferních oblastí Trutnovska a možnostmi rozvoje těchto periférií. Součástí výzkumné práce bylo dotazníkové šetření. Dotazníky byly zaslány a předány zástupcům jednotlivých obecních úřadů, následně od těchto zástupců byly vyzvednuty a dále zpracovány. Toto dotazníkové šetření mě přivedlo k tomu, abych do své práce zahrnula dotazníkové šetření, resp. se pokusím aplikovat metodu Delphi.

3. METODIKA PRÁCE

Tato práce vychází z materiálů, které jsou zpracovány pomocí popisné a analytické metody. Základním zdrojem jsou práce, které mají obecné zaměření na cestovní ruch Ukrajiny. Práci bych rozdělila na dvě části, první, kde se snažím charakterizovat cestovní ruch celé Ukrajiny. Ve druhé části se zabývám vymezenou oblastí západní Ukrajiny.

Výzkumnou část se pokusím založit na metodě Delphi. V této metodě hrají zásadní roli experti. Výběr expertů a výzkumné otázky ovlivňují zpracování a hodnocení výsledků. V užším pojetí ji můžeme charakterizovat jako metodu sběru expertních názorů. Metoda je prováděna na základě rozeslaných dotazníků s kontrolou jejich návratnosti. „Conventional Delphi“ je metoda, kde kromě anonymity a kontrolované zpětné vazby se přidává třetí rys statistickou prezentaci odpovědi.

Oslovila jsem zástupce těchto subjektů: Czechtourism (www.czechtourism.cz), Klub českých turistů, (www.kct.cz/cms), Státní výbor statistiky Ukrajiny, který dále v této práci označuji jako ukrajinský statistický úřad (dále též USÚ) (<http://ukrstat.gov.ua>), Velvyslanectví České republiky na Ukrajině (www.mzv.cz/kyiv/cz) a zástupce Užhorodské národní Univerzity profesora Shandora. Tyto subjekty jsem oslovila především proto, že mi mohou poskytnout informace o cestovním ruchu. Hlavní cílem této metody bylo zjistit na základě položených dotazů těmto subjektům, získat co nejvíce zdrojů a informací, které by charakterizovaly cestovní ruch vytyčeného regionu. Tyto organizace jsem oslovila se žádostí o sdělení, *zda mají data o vývoji cestovního ruchu v regionu západní Ukrajiny, informace o příjezdu českých a zahraničních turistů do regionu, konkrétně do jakých míst regionu turisté míří, a na jaká rizika by si turisté měli dávat pozor.*

K obecné části využívám data WTO (www.wto.org) a data ukrajinského statistického úřadu (www.ukrstat.gov.ua). Data získaná z WTO poskytují informace o mezinárodních příjezdech na Ukrajinu v letech 1995 – 2004 a o příjmech získaných z cestovního ruchu v milionech US\$ v letech 1995 - 2005. Ukrajinský statistický úřad poskytuje přesnější a aktuálnější údaje na rozdíl od WTO, které charakterizují cestovní ruch celé Ukrajiny. Data zachycují období od roku 2000 - 2011 a poskytují informace o příjíždějících zahraničních turistech včetně jednodenních, o příjezdech zahraničních turistů a o pohybu domácích turistů. Ze zjištěných údajů byly spočítány **indexy vývoje změny**. Index byl spočítán jako podíl dvou let, s tím že rok vyšší k roku nižšímu a celý výsledek byl vynásoben 100. 100 je hranicí, na základě, které posuzujeme, zda došlo k poklesu nebo zvýšení návštěvnosti v daném období.

Jelikož na webových stránkách USÚ nejsou k dispozici data za jednotlivé regiony, využila jsem data, která mi byla zaslána zástupkyní USÚ úřadu. Obdržela jsem data za jednotlivé regiony Ukrajiny v letech 2005 – 2011 a za Ukrajinu jako celek v letech 2005 – 2011. Zástupkyně v zaslaných datech označila regiony, které spadají pod region západní Ukrajina. Data, která mi byla zaslána, charakterizují příjezdy do regionu dle využití služeb obslužných turistických zařízení. Získané údaje byly rozděleny dle všech turistů (tj. domácích i zahraničních) mířících do regionu, dle zahraničních turistů a dle domácích turistů. Data charakterizující domácí cestovní ruch jsem nevyužila, neboť se zaměřuji na rozvoj zahraničního cestovního ruchu. Ze získaných údajů byl opět spočítán **vývoj návštěvnosti** tentokrát za celek a za jednotlivé regiony sledované oblasti. Současně jsem spočítala **podíl turistů, kteří přijeli do regionu západní Ukrajiny na celkovém příjezdu turistů na Ukrajinu**. Rovněž byl spočítán **podíl pouze zahraničních turistů, kteří přijeli do regionu západní Ukrajiny na celkovém příjezdu turistů na Ukrajinu**. Tento podíl byl vynásoben 100, aby byl zachycen v procentech. Předpokládám, že tato data mi pomohou zařadit region do Butlerova životního cyklu destinace.

V další části práce se zabývám zvoleným modelovým územím, tj. regionem západní Ukrajiny. Podávám především analýzu předpokladů cestovního tj. lokalizačních, realizačních a selektivních. Blíže rozpracovávám část realizačních předpokladů resp. charakteristiku ubytovacích zařízení.

K výpočtu charakteristiky dat ubytovacích zařízení jsem využila statistický program SPSS. Na základě dat, která byla získána metodou náhodného výběru. Do internetového vyhledávače Google zadala heslo „kapacita ubytovacích zařízení v západní Ukrajině“. Vyhledávač mi našel deset odkazů. Metodou náhodného výběru jsem vybrala jeden <http://www.hotelscombined.cz/City>. Tento odkaz poskytoval přehled ubytovacích kapacit ve všech významných městech Ukrajiny. Do přehledu jsem zahrnula tři města Užhorod, Lvov a Ivano-Frankivsk, kromě těchto měst se u Užhorodu a Ivano-Frankivsku nacházela ubytovací zařízení v jiných blízkých místech. Dle informací, které tento odkaz poskytoval, bych měla získat kompletní přehled všech ubytovacích zařízení v mém případě ve vytyčené oblasti, dle jednotlivých významných měst. Tento přehled jsem kontrolovala i s jinými náhodně vybranými webovými odkazy. Po zhlédnutí ostatních portálů, se domnívám, že výše uvedený odkaz minimálně poskytuje dostatečný počet ubytovacích zařízení pro další výzkum. Pokud bych dle náhodného výběru použila všechny webové odkazy, mohla by se část nabízených ubytovacích zařízení překrývat. Rovněž bych neměla jistotu, že jsem do statistiky zahrnula všechny ubytovací zařízení regionu Západní Ukrajiny. K tomu, abych mohla ve statickém

programu pracovat se získanými daty a mohla spočítané výsledky interpretovat je potřeba si před zpracováním dat stanovit následující hypotézy:

H_0 : *Neexistují statisticky významné rozdíly v kvalitě ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti*

H_A : *Existují statisticky významné rozdíly v kvalitě ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti*

Získaná data jsem rozdělila dle oblastí, kde se jednotlivá zařízení nacházejí. K jednotlivým zařízením byla přiřazena kvalita ubytovacího zařízení, dle hvězd kategorií ubytovacího zařízení a to 1 až 5 s tím, že 1 hvězda charakterizuje nejnižší kvalitu ubytovacího zařízení a 5 nejvyšší kvalitu (viz příloha č. 12). Celkem jsem pracovala se 146 údaji. Na základě získaných údajů jsem nejprve spočítala *obecnou statistiku* – průměr a medián. Následně byl spočítán *test normality*, který vypovídá, zda data mají normální rozložení či nikoliv. Pokud získaný výsledek, resp. signifikance, je menší než 0,05, vypovídají získaná data o tom, že nemají normální rozložení, a je možné zamítnout nulovou hypotézu na 5% hladině významnosti, přičemž přijímáme alternativní hypotézu. Pokud by test normality hovořil o tom, že signifikance je větší než 0,05, bylo by možné nulou hypotézu přijmout. Z uvedeného vyplývá, že testuji na 5% hladině spolehlivosti. Abych mohla spolehlivě odpovědět na výše uvedené hypotézy, využila jsem pro testování hypotézy neparametrický test pro několik proměnných, konkrétně *Kruskal-Wallisův test*. (přednášky Statistická analýza dat II 2010/2011)

Na základě lokalizačních, realizačních a selektivních předpokladů cestovního ruchu jsem zpracovala SWOT analýzu. Analýza výstižně, a pokud možno objektivním způsobem charakterizuje silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby zkoumaného prostředí. SWOT analýza je pokladem pro další kapitolu práce a to pro definování návrhu strategie rozvoje cestovního ruchu regionu západní Ukrajiny. (Blažek 2009)

Následuje tedy vlastní část strategie a to návrhová část celé vize. Cílem je identifikovat hlavní rozvojové oblasti regionu a navrhnout hlavní cíle a dílčí cíle. Vlastní realizační část je tvořena formulací konkrétních návrhů. (Blažek 2009)

Strategie rozvoje cestovního ruchu se skládá čtyř částí. První, analytickou část tvoří situační analýza cestovního ruchu, která vymezuje charakter území, na základě potenciálu cestovního ruchu. SWOT analýza představuje syntetickou část analýzy., následuje již zmiňovaná práce na cílech a vizích a návrhové plány strategie rozvoje. (Blažek 2009)

Poslední kapitolou je závěr práce. Na základě výsledků v modelovém regionu se vracím k teoretickým aspektům, které jsou uvedeny v Úvodu. Součástí jsou doporučení, možnost dalšího žádoucího výzkumu.

4. VÝSLEDKY METODY DELPHI

V této kapitole shrnuji výsledky, získané na základě metody Delphi a komunikace s již uvedenými subjekty.

Czechtourism mě odkázal s mým dotazem na svou knihovnu a internetové zdroje. Organizace sice charakterizuje Ukrajinu. Jedná se o obecné údaje o zemi. Ostatní podklady hovoří obecně o veletrzích cestovního ruchu pořádaných na Ukrajině a o závěrech jednotlivých veletrhů. Žádný užitečný odkaz nebo studie, které by se týkaly regionu západní Ukrajiny, jsem bohužel nedohledala.

Zástupce Klubu českých turistů v Užhorodu mi zareagoval na můj email téměř okamžitě. Z jeho odpovědi byla patrná radost, že se zabývám regionem západní Ukrajiny. Bohužel žádnou alespoň interní statistiku si klub nevede. Tudíž mi nemohl poskytnout kromě odpovědi opřené o jeho vlastní odhad, žádné další poklady. *V roce 2010 a v roce 2000 navštívilo Karpaty cca 400 – 500 českých turistů. V roce 2011 zavítalo do oblasti pouze českých 120 – 160 turistů.* Do počátku června 2012 bylo v Karpatech přibližně 45 českých turistů. Je nutné mít na paměti, že tento odhad počtu turistů, kteří přicestují do Karpat, je založen na tom, že turisté využijí nabídku Klubu českých turistů. Informace o pravidelných akcích pořádaných ukrajinských Karpat opět mohu nalézt na jejich webových stránkách (www.klubbtcg.com).

Konsul velvyslanectví v Kyjevě, jakožto centrála všech zastupitelství České republiky na Ukrajině, mě odkázal na Generální konzulát ve Lvově. Generální konzul mně poděkoval za email, který jsem mu zaslala, a odpověděl, že statistická data k dispozici bohužel nemají, ale potřebné informace by mi mohlo poskytnout Velvyslanectví Ukrajiny v Praze. Generální konzul na základě informací, které má k dispozici konstatoval, že turisté míří do *Zakarpatské oblasti*, specificky do její *východní a střední části*. Výrazně menší část turistů míří do *historické Volyně a do Haliče*. Generální konzul mě v e-mailu rovněž sdělil, že informace o případných rizicích cestovního ruchu mohu nalézt na webových stránkách ministerstva zahraničních věcí (www.mzv.cz).

Z ukrajinského statistického úřadu jsem obdržela vyjádření, že k dispozici mají data buď za celou Ukrajinu, nebo za jednotlivé regiony. Informace jsou na jejich webových stránkách (<http://ukrstat.gov.ua>). V uvedeném zdroji jsem dohledala informace jen k Ukrajině jako celku. Požádala jsem úřad o zaslání data za jednotlivé regiony. Zástupkyně mi zaslala data charakterizující příjezdový cestovní ruch v letech 2005 – 2011, jak je uvedeno v Metodice práce.

V létě 2010 jsem navštívila Užhorodskou národní Univerzitu, kde jsem se seznámila s PhDr. Fedirem Shandorem. Profesoru Shandorovi jsem položila během řízeného rozhovoru výše uvedené dotazy. Obdržela jsem od něj toto subjektivní vyjádření. Význam cestovního ruchu na Ukrajině stoupá. Nejnavštěvovanějšími místy jsou **1. Kyjev, 2. Krym, 3. Oděsa a 4. Zakarpatí**. Studenti se při zpracování prací zaměřují na rozvoj cestovního ruchu právě v oblasti Zakarpatí. Rovněž vrůstá počet studentů, kteří mají zájem studovat cestovní ruch na Užhorodské národní Univerzitě. Převládá individuální způsob cestování turistů do oblasti.

Na základě komunikace s oslovenými subjekty jsem doufala, že získám informace o Ukrajině a o vytyčeném regionu. Za nejcennější přínos této využití metody považuji získání potřebných dat z USÚ, které dále zpracovávám.

6. CESTOVNÍ RUCH NA UKRAJINĚ

6. 1.: Celková charakteristika země

Ukrajina je zemí východní Evropy, která se rozkládá na ploše přes 600 tisíc km² a žije v ní skoro 46 miliónů obyvatel. Administrativní rozdělení Ukrajiny má svůj historický původ z dob Sovětského svazu a Ukrajinské sovětské socialistické republiky. Jedná se o složitý systém, kdy správní rozdělení má následující jednotky – autonomní republika, region, okres, město a vesnice. Podle třech kritérií lze rozdělit administrativní jednotky:

- 1) dle zeměpisné charakteristiky
- 2) autonomní republika má jedinečné postavení územní samosprávy, okresy mají samosprávnou funkci, tak funkci státní správy
- 3) postavení v systému správního rozdělení Ukrajiny, jedná se o tři úrovně, základní, střední a vysoká (Zelinková 2012)

Dle ukrajinského statistického úřadu se země člení do 27 správních celků, jež se dále člení do 24 regionů - Čerkaská, Černihovská, Černovická, Dněpropetrovská, Doněcká, Charkovská, Chersonská, Chmelnycká, Ivanofrankivská (dále též IF), Kyjevská, Kirovohradská, Luhanská, Lvovská, Mykolajivská, Oděská, Poltavská, Rovenská, Sumská, Ternopilská, Vinnycká, Volyňská, Zakarpatská, Záporožská a Žytomyrská oblast, součástí jsou dvě města se speciálním statutem - Kyjev a Sevastopol a autonomní republik Krym. Hlavním městem je Kyjev. (www.ukrexport.gov.ua 2012, příloha č. 13)

Obrázek č. 3: Regiony Ukrajiny



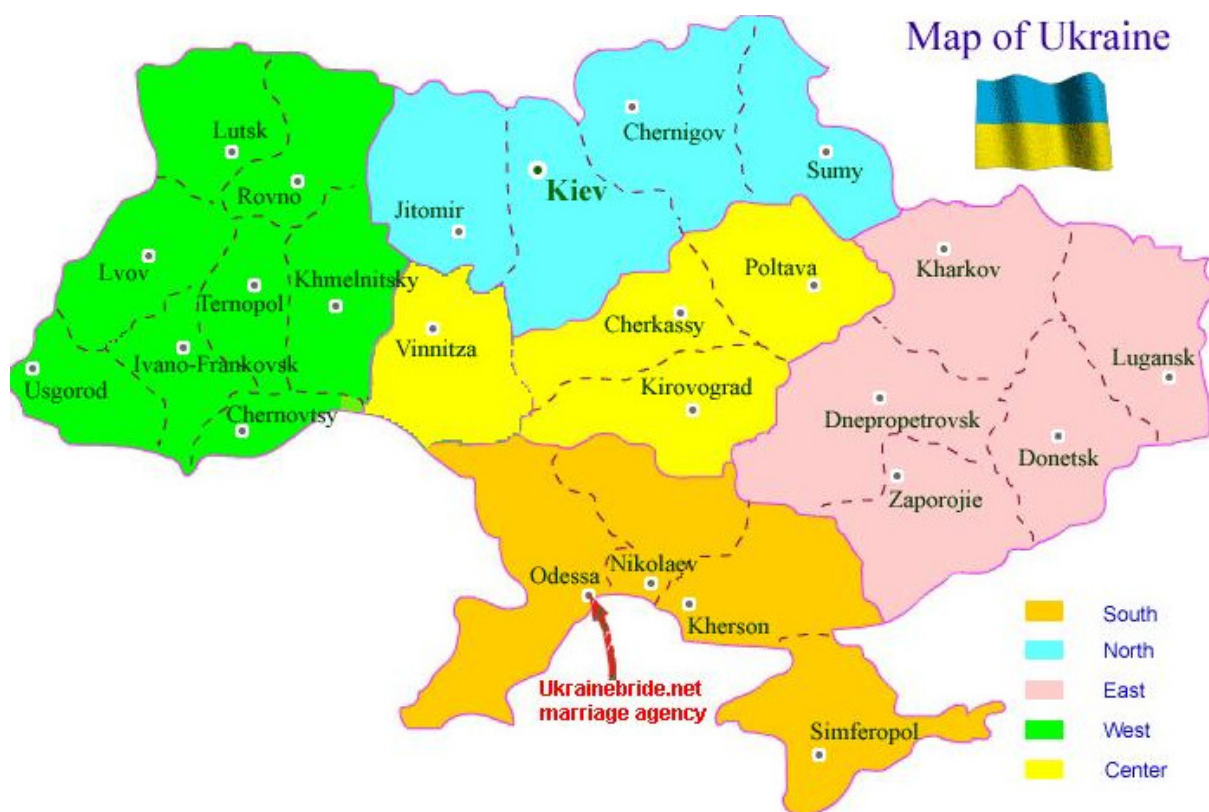
Zdroj: <http://www.eseta.cz/lokalita/ukrajina/turisticka-oblast/-/typ/-/strana/1> 2012, příloha č. 13

Dle statistického úřadu je členění skutečně dáno na administrativní jednotky regionů a vymezení větších územních celků Ukrajina nemá.

Vymezení, které je využito v této práci vychází ze zdroje www.odessa-abc.com/. (obrázek č. 4) Území je rozděleno do pěti oblastí – západní, východní, severní, jižní a centrální. Do každé oblasti spadá část regionů, dle členění statistického úřadu.

Jiné členění do oblastí používají turističtí průvodci. Turistický průvodce Ukrajina (Evans, 2011) rozděluje území podle oblastí zájmu turistických míst. K těmto oblastem patří např. Kyjev, Karpaty, Halič a Volyň. (Evans, 2011)

Obrázek č. 4: Vymezení jednotlivých oblastí Ukrajiny



Zdroj: www.odessa-abc.com/, 2012

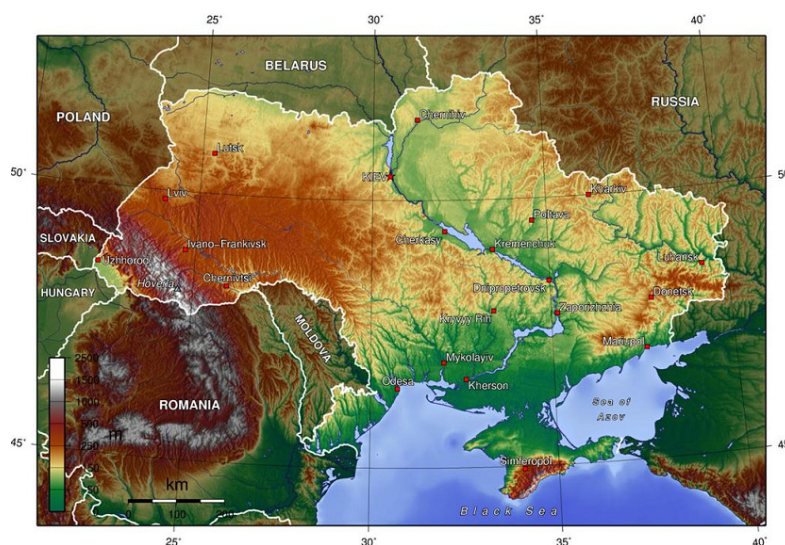
Obrázek č. 5: Sousední země Ukrajiny



Zdroj: http://www.ukrtop.info/education/map_ukrain.php 2012

Na severu země sousedí s Běloruskem na východě s Ruskem, na západě s Polskem, Slovenskem a Maďarskem, na jihozápadě s Rumunskem. Krymský poloostrov odděluje od sebe dvě moře Černé a Azovské, viz obrázek č. 5. Státním jazykem země je ukrajinština, ovšem v úředním styku je povolena taktéž ruština. Rusové tvoří jednu třetinu obyvatelstva Ukrajiny.

Obrázek č. 6: Fyzicko-geografická mapa země



Zdroj: <http://evropa-geo.blog.cz/0905/ukrajina> 2012

Téměř celá země leží v mírném klimatickém pásu s převahou kontinentálního podnebí. Pouze v úzkém pásu mezi Krymskými horami a Černým mořem převládá subtropický ráz podnebí. Povrch je převážně tvořen pahorkatinami a vysočinami. Na jihozápadě se rozkládají Karpaty, kde se tyčí i nejvyšší hora země Hoverla s výškou 2 061 m n. m. Druhé významnější pohoří se nachází na krymském poloostrově. Hornatý povrch je přerušován údolími vodních toků, z nichž nejvýznamnější je Dněpr, který zemi protíná od severu k jihu a rozděluje ji na tzv. „levobřežní“ a „pravobřežní“. Dalšími velkými řekami jsou Pripjat', Desna, Inhulec, Dněstr a Jižní Buh. Právě velké řeky jsou využívány k lodní dopravě, současně jsou využívány jako zdroj energie. V údolí Dunaje, na pobřeží Černého a Azovského moře se nacházejí největší ukrajinská jezera. (www.traveltoulkraine.org/ 2012) (viz obrázek č. 6)

V zemi se mísí několik různých kultur a tradic. Ve středověku bylo území na jihu Ukrajiny periferií antického světa. Řecké a později gótské kolonie se rozkládaly na Krymu a na pobřeží Černého moře. Ve střední a severozápadní Ukrajině se naopak formovala slovanská kultura. Na území dnešní Ukrajiny, části Ruska a Běloruska se v 9. století zformoval první východoslovanský stát, Kyjevská Rus. Po rozpadu Kyjevské Rusi v území vzniklo několik knížectví s tím, že na západě se rozkládalo Haličsko – volyňské knížectví, které bylo nejdůležitější, naopak jih země byl osídlen kočovnými kmeny. Během 13. století byla země vystavena nájezdy kočovných Tatarů. Až na oblast západní Ukrajiny byla země pod vlivem Zlaté hordy. Na základě uzavření Lubinské unie roku 1569 došlo k rozdělení území, oblast až po řeku Dněpr spadla pod Litvu. V roce 1648 bylo k velké kozácké povstání. Roku 1654 požádal vůdce Bohdan Chmelnický o pomoc ruského cara Alexeje. Tímto aktem se dostal do vazalské závislosti. Boje pokračovaly i nadále. V druhé polovině 18. století bylo téměř celé území, kromě Haliče a Bukoviny, připojeno k ruskému území. Halič a Bukovina patřila k Habsburské monarchii. Carevna Kateřina II. Veliká a její rádce Potěmkín se na konci 18. století rozhodli založit na tomto území tzv. Nové Rusi několik nových významných měst jako Oděsa nebo Sevastopol. 19. století bylo obdobím útlaaku. Tato doba vedla k ukrajinskému národnímu obrození, nejprve kulturnímu a posléze politickému. V letech 1917 – 1919 vznikla první ukrajinská republika, která zanikla pod náporu ruských bolševiků. Současně při vzniku Československa se jednalo o připojení tzv. Podkarpatské Rusi k Československu. (Evans 2011)

V letech 1920 – 1921 se stala západní Ukrajina součástí tzv. 2. polské republiky. Roku 1922 byl hlavním městem Ukrajinské socialistické republiky Charkov, který byl později přesídlen do Kyjeva. Po dobu, co Ukrajina byla součástí Sovětského svazu, prošla země nelehkým časem. Především byla zasažena hladomorem. V zimě 1939 - 1940 došlo k připojení

celé země včetně Podkarpatské Rusi k Sovětskému svazu. Během druhé světové války byla Ukrajina okupována Němci. Po skončení druhé světové války zůstala země součástí Sovětského svazu a byla industrializována. Ve východní části docházelo k masivní urbanizaci. Kladl se důraz na rozvoj průmyslu bez ohledu k životnímu prostředí. V roce 1986 došlo k jedné z nejhorších jaderných tragédií vůbec – k výbuchu jaderné elektrárny Černobyl. Roku 1990 byla vyhlášena suverenity státu a 21. srpna 1991 vznikl samostatný stát Ukrajina. Dalších deset let se Ukrajina potýkala s velkými problémy, neboť politici nebyli schopni převést zemi od plánovaného hospodářství k tržní ekonomice. Politické a ekonomické reformy paradoxně nevedly k rozvoji země. Ukrajina se vzpamatovala až okolo roku 2000. V zemi po celou dobu panovaly dva rozpory – dvě různé orientované strany jedna pro ukrajinská a druhá pro ruská. V roce 2004 skončil mandát prezidenta Leonida Kučmy a v zemi proběhla neozbrojená tzv. oranžová revoluce. Z revoluce vzešel nový prezident, který byl prozápadní, proevropský a v zemi nastolil nový režim. Bohužel vztahy nového prezidenta Juščenka s rovněž prozápadní Tymošenkovou po roce společné vlády skončily opět rozpadem politické scény. Prezidentem státu se stal opět pro ruský prezident Janukovič. (<http://ukrajina.orbion.cz> 2012)

Na Ukrajině se nachází mnoho kulturních historických památek. Na seznamu kulturního dědictví UNESCO se nachází celkem 4 památky.

V Kyjevě je to **katedrála svaté Sofie** a s ní spojené řeholnické budovy a **Pechersk Lavra**. Ve Lvově patří pod seznam UNESCO celé **historické centrum**. Do seznamu je **Struvův geodetický oblouk**, což je symbol zisku triangulace celkem v 10 zemích Evropy. Ve své podstatě se jedná o znak změření poledníku. Poslední historickou památkou je **rezidence Bukovinských a Dalmatinských velkoměstských budov**. Jedná se soubor budov vybudovaných českým architektem Josefem Hlavkou. (www.unesco.org 2012)

V zemi se rovněž nachází jedna přírodní památka zapsaná do seznamu přírodního dědictví UNESCO. Je jí **prehistorický bukový les v Karpatech a starověký germánský les**. (www.unesco.org 2012)

Dle informací Business Info je důležité v Ukrajině mít na paměti, že pro Ukrajince bývá mluvené slovo důležitější než psané. Přesto bývají dost nespolehliví i se snahou zneužít partnera. Mladší a středně stará generace hovoří anglicky, avšak starší generace hovoří rusky. Výjimku tvoří oblast východní Ukrajiny, kde je lépe hovořit rusky s poukázáním na fakt, že ukrajinsky příliš dobře nehovoříme. V rámci vztahu České republiky a Ukrajiny existuje jednostranná vízová povinnost. Občané České republiky mají povolený pobyt na území

Ukrajiny pod dobu devadesáti dní. Účelem cesty nesmí být sjednocení rodiny, studium a zaměstnání. (www.businessinfo.cz/, www.mzv.cz 2012)

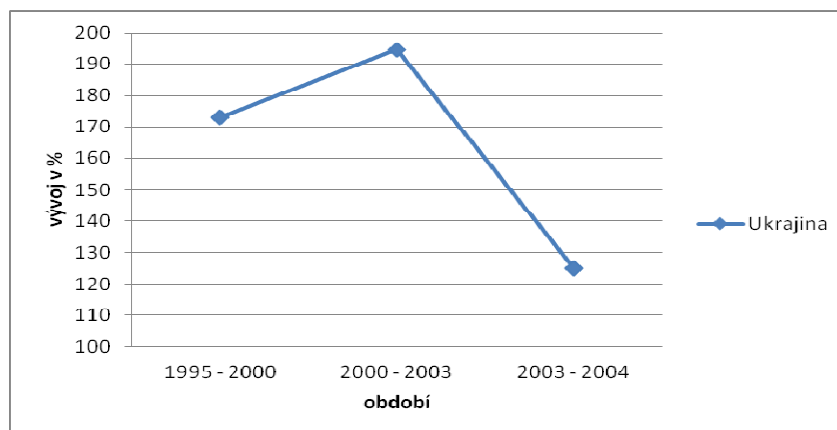
Pakliže do země cestujete vlastním vozem, doporučuje se jezdit přes den. Jak je obecně známo, po opuštění vozu se doporučuje v něm nic nenechávat. Nosit zavřené tašky. Dávat si pozor na své osobní věci a zbytečně nepoukazovat na svůj zahraniční původ. V případě jakýchkoliv problémů se doporučuje kontaktovat velvyslanectví nebo příslušný generální nebo honorární konzulát. (www.businessinfo.cz/, www.mzv.cz 2012)

Zajímavostí jistě je, že na Ukrajině žije pět tisíc českých krajanů. Tento fakt je pozůstatkem dříve poměrně hustého českého osídlení, které vzniklo v důsledku vystěhování Čechů z českých zemí na konci 19. století. Po revoluci v roce 1937 docházelo k postupnému utlačování národních menšin a postupně z oblasti mizel i český živel. Až se vznikem samostatné Ukrajiny se opět otevřel prostor pro rozvoj aktivit menšin, tedy i české. Ryze českých národních vesnic zůstalo jen pomálu, dnes jsou v Žytomyrské oblasti, v Oděské oblasti, ve Vinnycké oblasti, v Záporožské oblasti, v Nikolajevské oblasti a na Krymu. (www.businessinfo.cz/, www.mzv.cz 2012)

6. 2. Vývoj cestovního ruchu Ukrajiny

Z dostupných dat WTO jsem zpracovala graf vývoje návštěvnosti Ukrajiny, viz graf č. 1 a vývoj příjmů z cestovního ruchu, viz graf č. 2. Z grafu č. 1 je patrné, že v letech 2000 – 2003 došlo k prudkému nárůstu turistů do země, což bylo způsobeno nastoleným prozápadním režimem. Úpadek, který následoval, byl zapříčiněn politickou nestabilitou země a tzv. oranžovou revolucí.

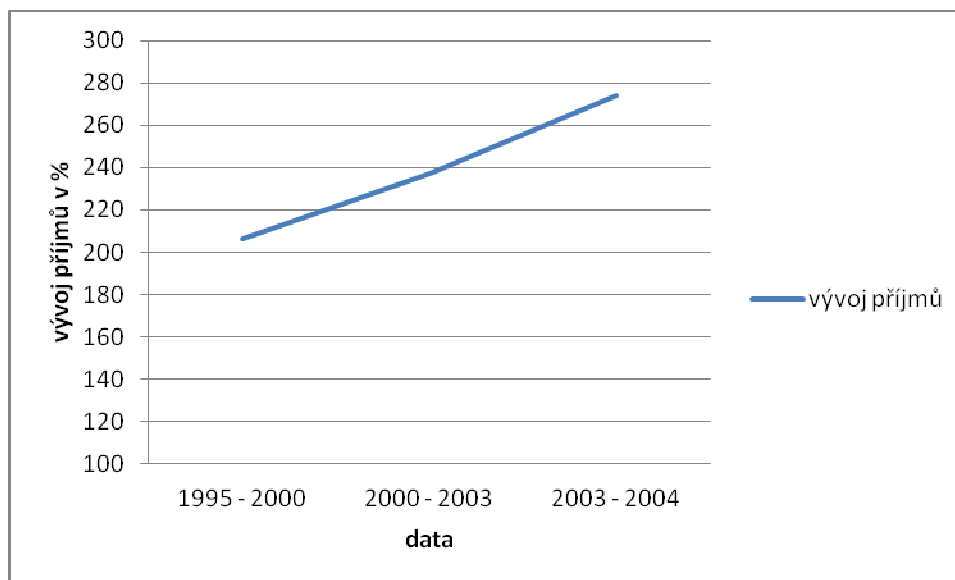
Graf č. 1.: Vývoj návštěvnosti v letech 1995 – 2004 dle WTO



Zdroj: www.unwto.org 2012, příloha č. 1

Z grafu č. 2 je patrné, že po celou dobu vývoje dochází k prudkému nárůstu příjmů, které jsou získané z cestovního ruchu. Tento fakt podporuje článek profesora Naumenka, který jsem uplatnila v kapitole Literatury a zdroje. Z článku vyplývá, že v roce 2000 došlo k rozvoji cestovního ruchu v zemi a ke zvýšení příjmů.

Graf č. 2: Vývoj příjmů z cestovního ruchu v letech 1995 – 2004 dle WTO

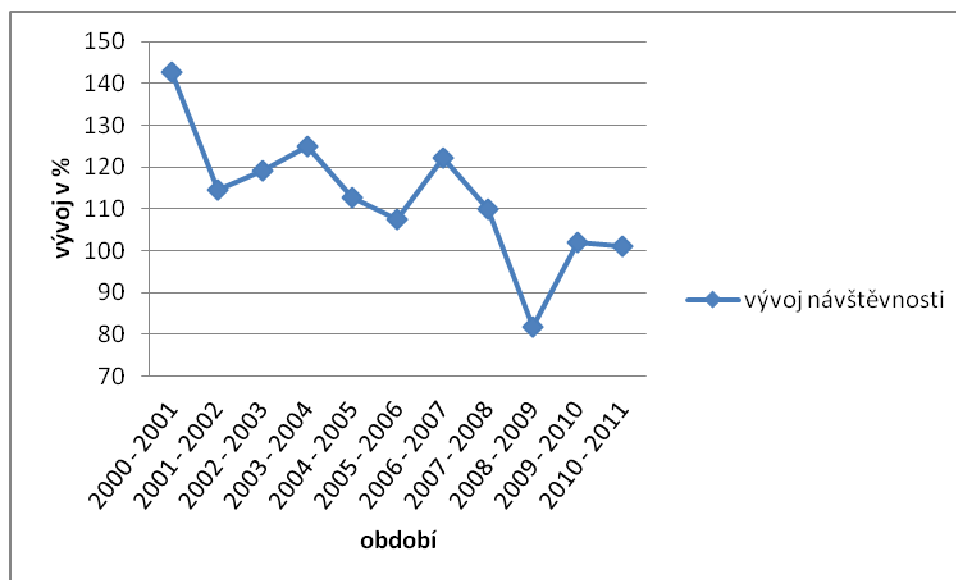


Zdroj: www.unwto.org 2012, příloha č. 2

Jelikož tato data dle mého úsudku nemají dostatečně vypovídající charakter, hledala jsem jiný zdroj dat, který by byl přesnější a poskytoval delší časovou řadu. Využila jsem data, která poskytuje ukrajinský statistický úřad. Údaje USÚ mají přesnější vypovídající charakter. Graf č. 3 vypovídá o návštěvnosti turistů, včetně návštěvníků tj. jednodenních turistů, kteří do Ukrajiny přijeli. V letech 2000 – 2001 je patrný tzv. boom příjezdů turistů a návštěvníků do země. Tento fakt potvrzují to uvedená data, že na počátku roku 2000 došlo k ustálení politické situace v zemi. V letech 2001 – 2007 došlo k mírnému poklesu návštěvnosti země. Ovšem příjezdy byly stále významné. Propad v letech 2008 – 2009 byl důsledkem neklidné politické situace v zemi. Na jaře roku 2007 byla rozpuštěna vláda a v zemi nastaly předčasné volby. Současně v tomto období panovaly napjaté vztahy mezi Ruskem a Ukrajinou ohledně dodávek plynu, což ovlivňovalo i další evropské země. K přerušení dodávek plynu z Ruska do Evropy skutečně došlo počátkem ledna 2009. Návštěvnost země byla zřejmě i ovlivněna chřipkovou epidemií v roce 2009. Jednalo se o vir prasečí chřipky A (H1N1), která se objevila i v jiných evropských zemích a ovlivnila tak vývoj cestovního ruchu v Evropě. V současné době došlo k stagnaci vývoje návštěvnosti, která je více méně stabilní. Jen další

léta odhalí, zda se politická a ekonomická situace v zemi uklidní a přinese tak opět další tzv. „boom“ v přírůstku počtu návštěvníků a turistů.

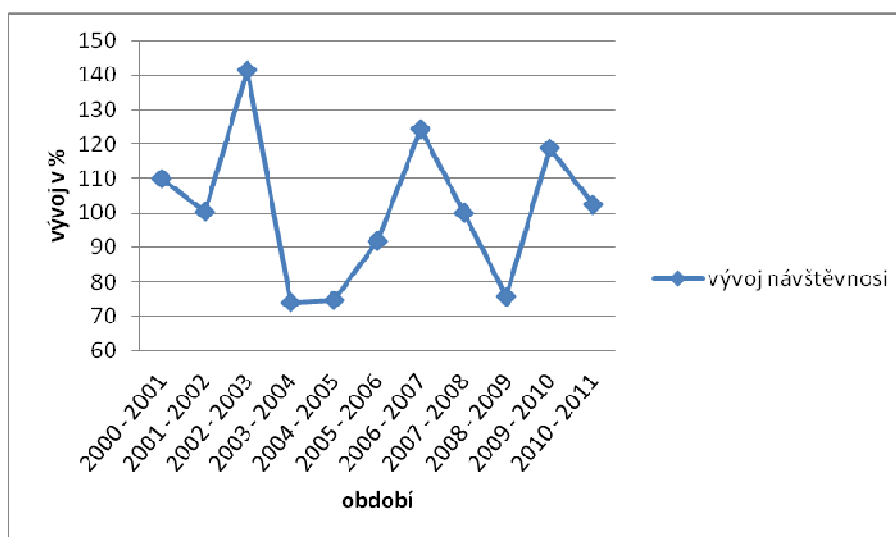
Graf č. 3: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů, včetně jednodenních turistů v letech 2000 – 2011



Zdroj: www.ukrstat.gov.ua/ 2012, příloha č. 3 a č. 4

Z grafu č. 4 je patrné, že návštěvníci ovlivňují vývoj cestovního ruchu v zemi. Zatímco na počátku roku 2000 převládala návštěvnost jedenních turistů. V letech 2001 – 2002 byla návštěvnost ovlivněna především turisty, kteří v zemi zůstaly déle než jednu noc. K významným propadům došlo v roce 2004, kdy v zemi proběhla tzv. oranžová revoluce. Roku 2009 byla opět Ukrajina politicky nestabilní a dochází k dalšímu poklesu návštěvnosti. Jak je již uvedeno, návštěvnost byla ovlivněna politickou krizí, problematickými vztahy mezi Ukrajinou a Ruskem a ptačí chřipkou. Pokud porovnáme s grafem č. 3, je patrné v letech 2010 a 2011 došlo k nárůstu návštěvnosti a celkově opět k vyrovnání příjezů do země.

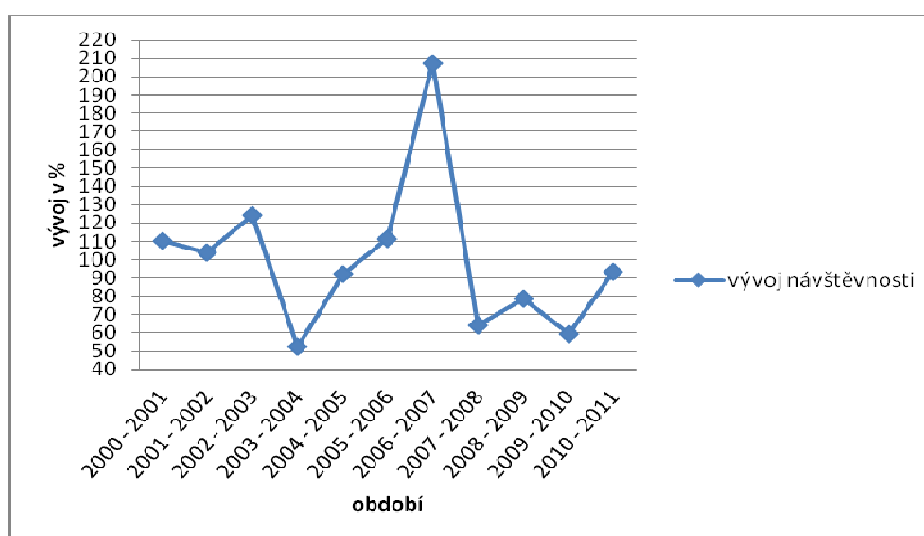
Graf č. 4: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů v letech 2000 – 2011



Zdroj: www.ukrstat.gov.ua/ 2012, příloha č. 3 a č. 4

Co se týče domácího cestovního ruchu, je patrné, že ve vývoji návštěvnosti došlo ke dvěma významným propadům a jednomu výraznému nárůstu. Propad v letech 2003 - 2004 opět souvisí s oranžovou revolucí a s politickou a ekonomickou krizí. Po ustálení politické situace v zemi došlo k prudkému nárůstu domácího cestovního ruchu, který byl zřejmě způsoben i zlepšením ekonomické situace země. Následoval prudký propad, který byl opět způsoben nejistotou obyvatel země. Celkově lze konstatovat, že Ukrajinci mají nízké příjmy, a tudíž je cestování vzhledem k cenám služeb drahé.

Graf č. 5: Vývoj návštěvnosti domácích turistů v letech 2000 - 2011



Zdroj: www.ukrstat.gov.ua/ 2012, příloha č. 3 a č. 4

Trendy cestovního ruchu dle ukrajinského statistického úřadu za první polovinu roku 2007

Na stránkách ukrajinského statistického úřadu se nachází hodnocení cestovního ruchu v zemi. Jeden z mála dokladů hodnocení cestovního ruchu, který tento zdroj poskytuje. Zdroj porovnává údaje za první polovinu roku 2006 a za první polovinu roku 2007. (www.ukrstat.gov.ua/ 2012)

V první polovině roku 2007 k **nárůstu soukromých cest** na Ukrajinu a to o **39 %**. Zájem o tuto zemi se zvýšil u turistů z **Moldavy, Běloruska, Polska, Rumunska a Maďarska**. Současně došlo k **50% poklesu** příjezdu turistů v rámci organizovaného cestovního ruchu. Ve sledovaném období byl zaznamenán **39% nárůst služebních cest**. V první polovině roku 2006 **83 %** turistů překročilo hranice a návštěva byla realizována jako **individuální cesta**. V první polovině roku 2007 již **92 %** turistů využilo **individuálního způsobu cestování**. **Organizovaný způsob cest klesl** ve sledované období o **2 %**. Níže uvedená tabulka č. 1 zaznamenává celkový počet turistů, kteří zemi navštívili v první polovině roku 2007 a porovnává je se stejným obdobím roku 2006. (www.ukrstat.gov.ua/ 2012)

Tabulka č. 1. Přehled počtu turistů dle země původu

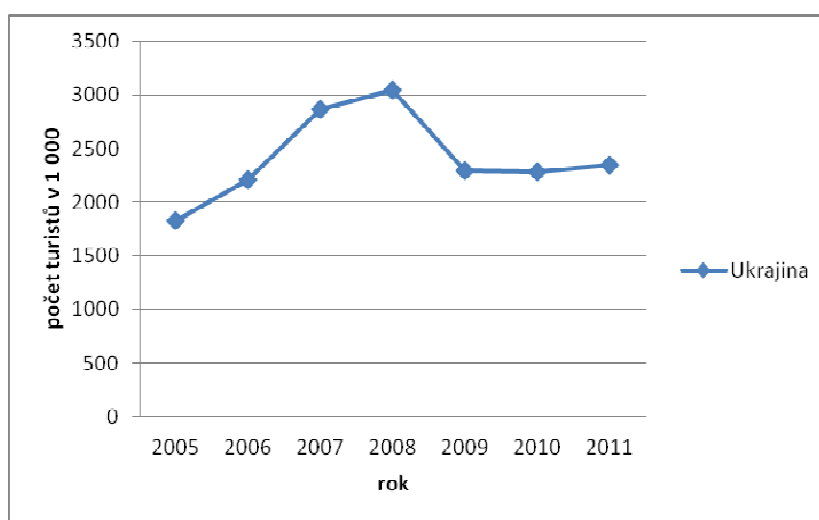
	země	počet turistů	podíl	nárůst/pokles
	celkový počet příjezdů v 1. pol. 2007	9 515 890	100%	27%
1	Rusko	2 592 034	27%	15%
2	Polsko	2 291 391	24%	28%
3	Moldava	1 700 296	18%	26%
4	Bělorusko	998 759	11%	37%
5	Maďarsko	597 165	6%	7%
6	Rumunsko	480 653	5%	347%
7	Slovensko	213 433	2%	-2%
8	Německo	83 119	0,90%	5%
9	U.S.A.	54 256	0,60%	16%
10	Uzbekistán	41 720	0,40%	163%
	celkem	9 052 826		

Zdroj: <http://www.ukrexport.gov.ua/eng/economy/brief/tourism/ukr/204.html> 2012

7. VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU UKRAJINY A REGIONU ZÁPADNÍ UKRAJINA

V této kapitole jsem zpracovala data USÚ, která charakterizují cestovní ruch Ukrajiny a regionu západní Ukrajiny. V grafu č. 6 jsou zachyceny příjezdy dle počtu zahraničních a domácích turistů, kteří využili během návštěvy služeb turistických zařízení v letech 2005 – 2011. Z doložených dat byl nejvyšší počet turistů zaznamenán v letech 2007 a 2008. Následoval mírný propad a stagnace v počtu příjezdů. Tento graf zařazuji do této kapitoly proto, že chci porovnat podíl návštěvnosti regionu západní Ukrajina vůči celkové návštěvnosti.

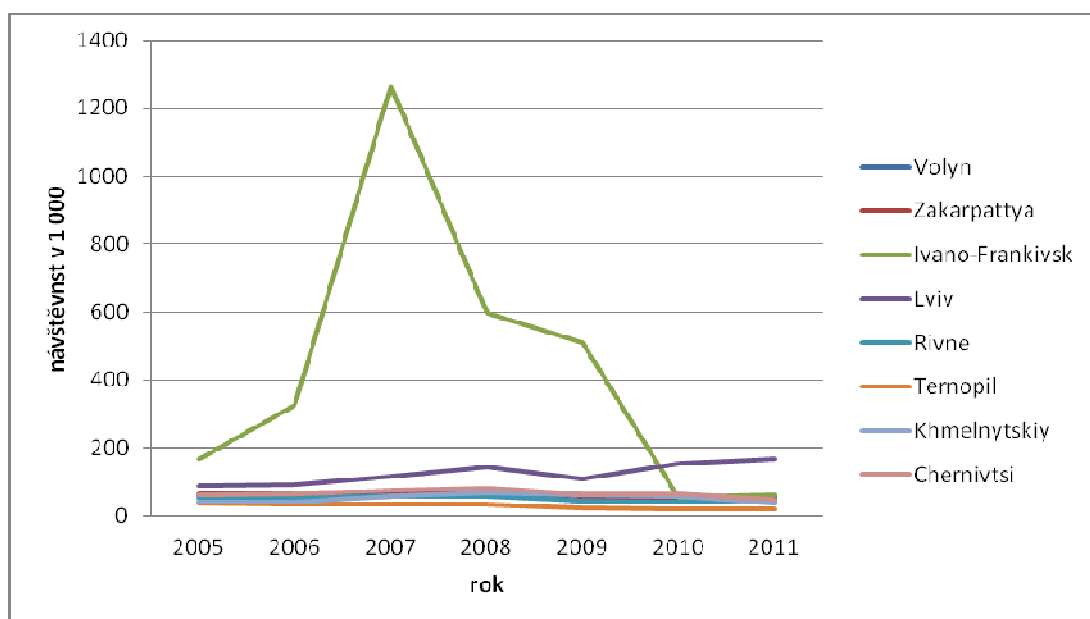
Graf č. 6: Počet turistů, kteří přijeli na Ukrajinu v letech 2005 - 2006



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 5

V grafu č. 7 je zachycen počet turistů, kteří navštívili regiony vytyčené oblasti. Největší počet turistů v letech 2006 a 2007 je v regionu Ivano – Frankivsk. Region navštívilo přes 1 200 000 turistů. V ostatních regionech počet turistů nepřevýšil 200 000 za celé sledované období. Rozvoj mohl být působen podporou zimního cestovního ruchu v oblasti. Lvovský region zaznamenává po celé sledované období mírný nárůst v počtu turistů. Do ostatních regionů přijíždí přibližně stále stejný počet turistů.

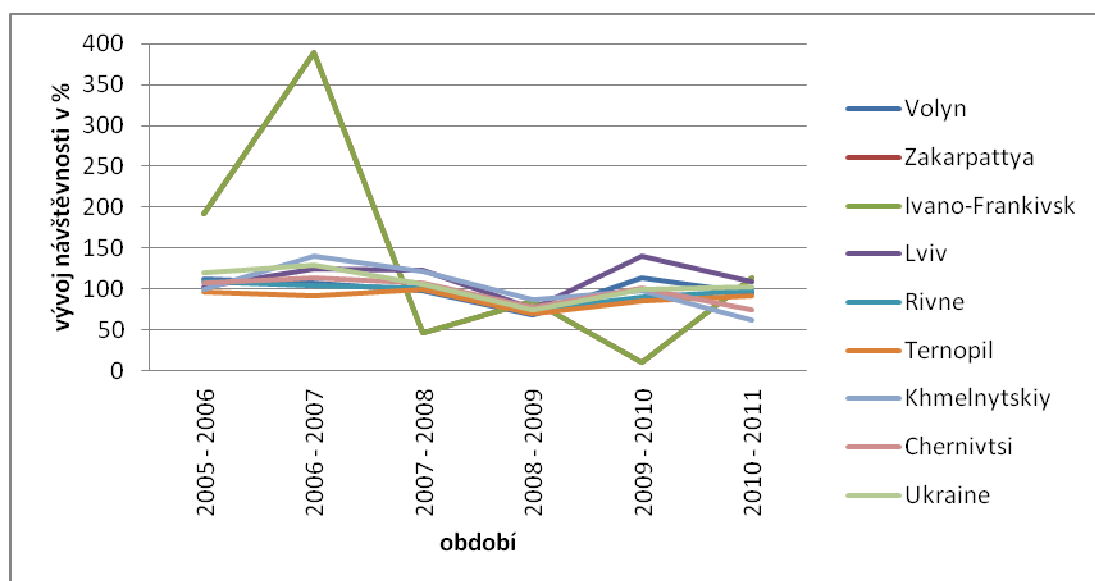
Graf č. 7: Počet turistů, kteří přijeli do regionu západní Ukrajiny v letech 2005 - 2011



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 5 a č. 6

Graf č. 8 potvrzuje graf č. 7, který zachycuje počty příjezdů. Největší nárůsty a poklesy ve vývoji návštěvnosti jsou patné v regionu Ivano – Frankivsk. Propady v návštěvnosti byly zřejmě způsobeny špatnou kvalitou služeb v ukrajinských Karpatech. Vývoj cestovní ruchu mohl být ovlivněn i pořádáním místních slavností. Předpokládám, že změnu návštěvnosti v regionu IF ovlivnil především domácí cestovní ruch.

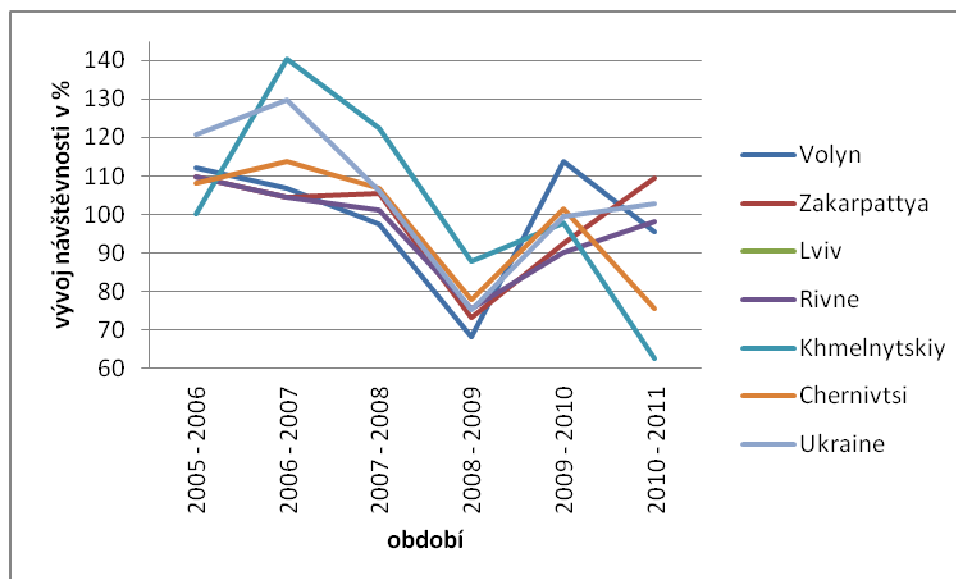
Graf č. 8: Vývoj návštěvnosti turistů v regionech západní Ukrajiny v letech 2005 - 2011



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 5 a č. 6

Jelikož je vývoj návštěvnosti ostatních regionů v grafu č. 8 špatně čitelný, byl vytvořen graf č. 9 bez regionu IF. Z grafu č. 8 vyplývá, že největší propad ve vývoji návštěvnosti nastal v letech 2009 – 2010. Ostatní regiony oblasti zaznamenaly největší pokles v letech 2008 – 2009. Domnívám se, že tento pokles byl způsoben politickou nestabilitou země, v regionu IF měl pokles návštěvnosti déle trvající následky, a proto byl zaznamenán i v letech 2009 – 2010. Do grafu č. 9 jsem zahrnula vývoj návštěvnosti celé Ukrajiny. Z vývojových křivek regionů a celé země vyplývá, že návštěvnost v jednotlivých regionech má obdobný trend jako návštěvnost celé Ukrajiny. Současné výkyvy způsobené počtem příjezdů návštěvníků nemají extrémní charakter.

Graf č. 9: Vývoj návštěvnosti v regionech západní Ukrajiny bez regionu IF v letech 2005 – 2011

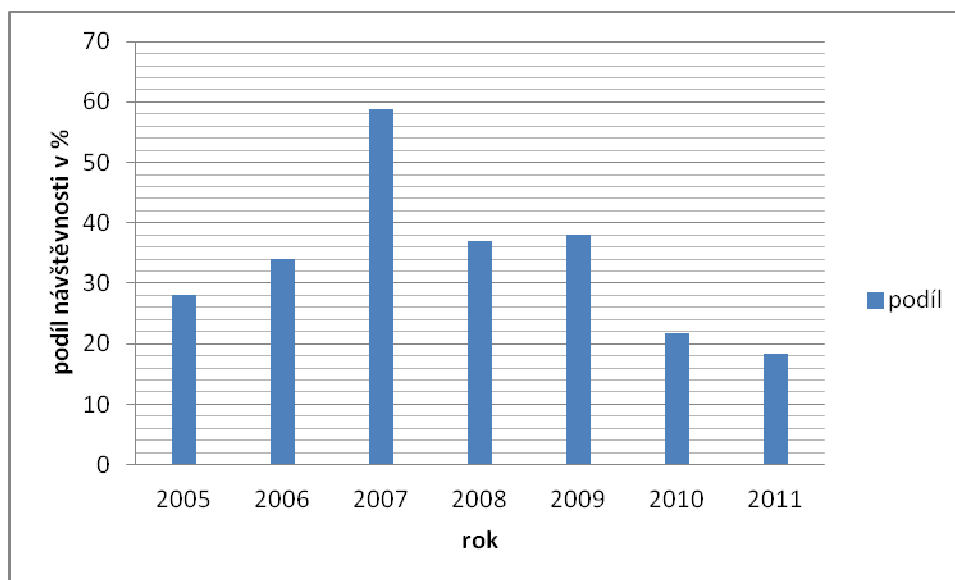


Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 5 a č. 6

Do této kapitoly jsem zahrnula porovnání podílu návštěvnosti turistů ve všech regionech západní Ukrajiny na celkových příjezdech do země. Z grafu č. 10 je patrné, že nejvíce se podílel na vývoji návštěvnosti region západní Ukrajiny v roce 2007. Podíl činil téměř 60 % na celkových příjezdech. V 2005 a 2006 činil podíl na celkové návštěvnosti přibližně 30 %. V letech 2008 a 2009 došlo oproti roku 2007 k poklesu, podíl na celkových příjezdech činil méně než 40 %. V letech 2010 a 2011 podíl návštěvnosti stále klesá, v roce 2011 byl podíl menší než 20 %. Pokud porovnáme s grafem č. 10 s grafem č. 11 je patrné, že nejvíce návštěvnost ovlivňuje domácí cestovní ruch. Ve chvíli, kdy využijeme data, která charakterizují příjezdy pouze zahraničních turistů, je patrné, že podíl na celkové návštěvnosti

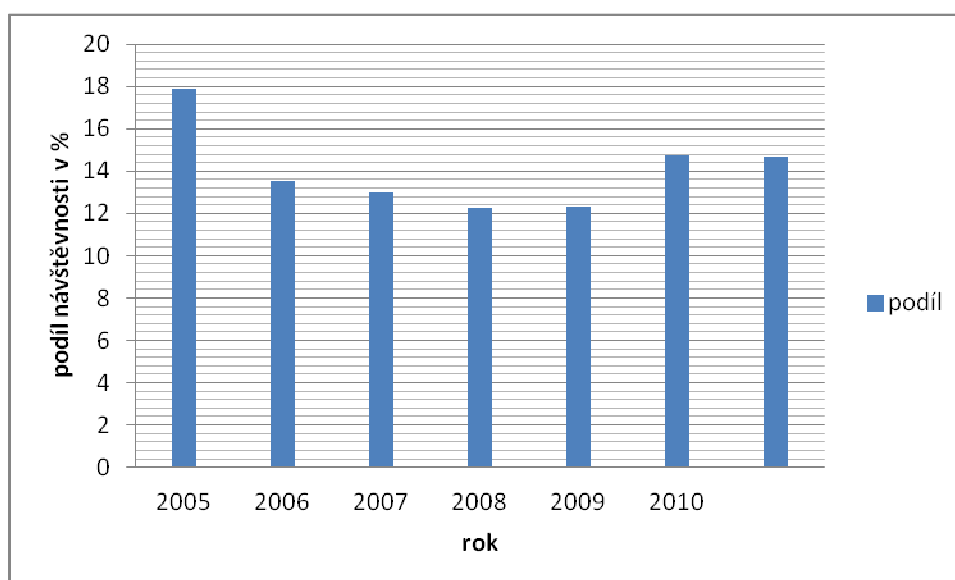
tvoří v průměru 14 % celkové návštěvnosti během celého sledovaného období. Prudký nárůst ve vývoji návštěvnosti v roce 2007 byl skutečně ovlivněn příjezdy v rámci domácího cestovního ruchu. Rok 2011 byl ovlivněn příjezdy zahraničních turistů.

Graf č. 10: Podíl turistů na celkových příjezdech Ukrajiny v letech 2005 - 2011



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 7

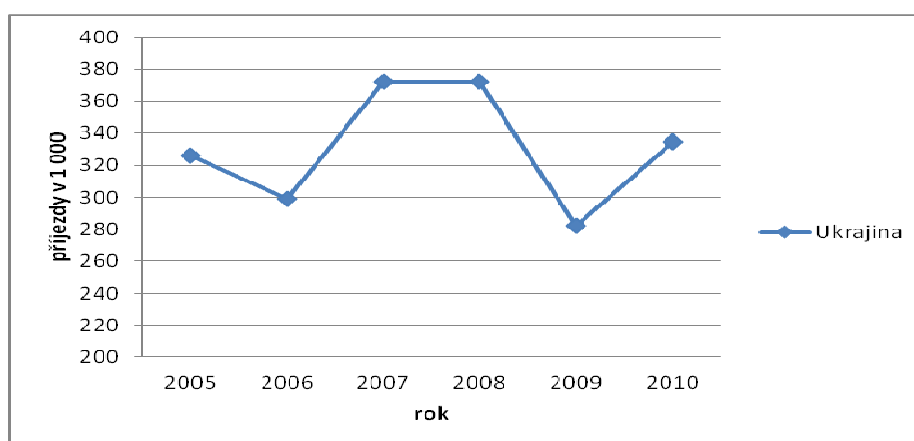
Graf č. 11: Podíl zahraničních turistů na celkových příjezdech Ukrajiny v letech 2005 - 2011



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 8

Graf č. 12 zachycuje počty zahraničních turistů, kteří přijeli na Ukrajinu v letech 2005 – 2011. Počty zahraničních turistů v letech 2005 – 2011 nepřevýšil 400 000.

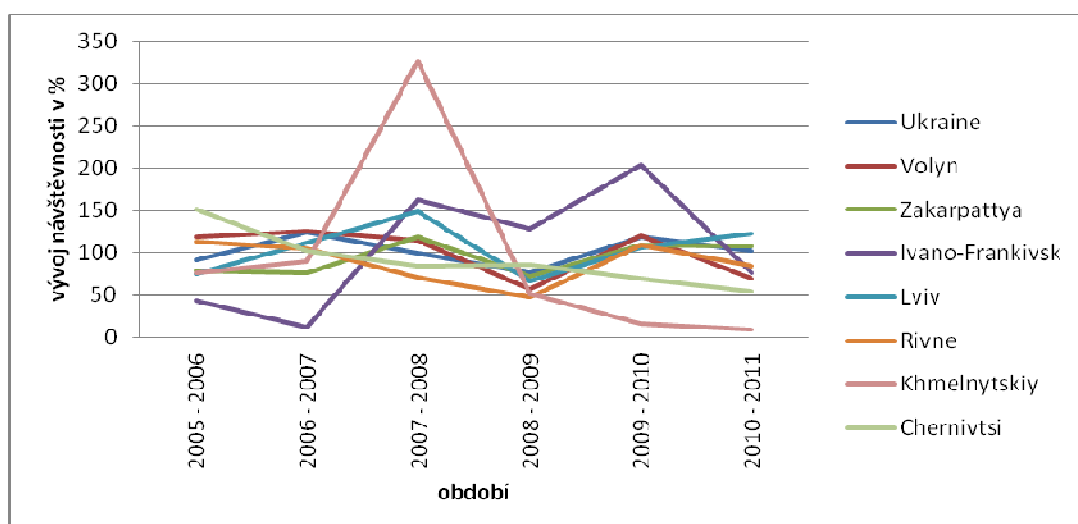
Graf č. 12: Počet zahraničních turistů na Ukrajině v letech 2005 - 2011



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 9

V grafu č. 13 je zachycen vývoj návštěvnosti zahraničních turistů na Ukrajině a v regionech západní Ukrajiny. V grafu chybí dále o změně návštěvnosti v regionu Ternopil. Je to z toho důvodu, že v letech 2007 – 2008 byl index změny vyšší než 2 000 %, viz příloha č. 10. V grafu č. 13 by nebyl patrný vývoj ostatních regionů západní Ukrajiny. Křivka vývoje zahraničních turistů Ukrajiny opět koresponduje s vývojem regionu západní Ukrajiny. Největší výkyvy v návštěvnosti kromě regionu Ternopil jsou zaznamenány v regionu Chmelnickém a IF. Změna je zapříčiněna individuálním zájmem turistů a plánováním jejich individuálních tras.

Graf č 13: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů v regionech západní Ukrajiny bez regionu Ternopil v letech 2005 - 2011



Zdroj: komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, příloha č. 9 a č. 10

Na základě zpracovaných dat si dovoluji tvrdit, že region západní Ukrajiny se nachází stále v objevitelské fázi Butlerova životního cyklu destinací. Do regionu míří poměrně malý počet turistů a návštěvníků. Vzhledem nízkému počtu turistů, kteří tedy zřejmě využívají individuální způsob cestování.

V rámci časových řad existují odchylky v indexu změny návštěvnosti, resp. v některém roce dochází k extrémnímu nárůstu příjezdů zahraničních turistů, jindy k velkým propadům. Tyto výkyvy jsou ale spíše výjimečné.

Pakliže by došlo ke zvýšení zájmu turistů o vymezený region, mohl by se ocitnout ve fázi vtažení.

8. PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU ZÁPADNÍ UKRAJINY

Jak již bylo uvedeno, část západní Ukrajiny, tzv. Zakarpatí, patřilo k území Československa v letech 1919 - 1938. Myslím si, že díky této skutečnosti je oblast západní Ukrajiny atraktivní pro Čechy, současně nesmíme zapomínat na blízkost jazyků a kultury. V oblasti se nachází solná jezera, lesy sanatoria, rodiště Nikolaje Šuhaje Loupežníka Koločava, o kterém psal Ivan Olbracht.

Ve vymezené oblasti západní Ukrajiny leží následující oblasti: Černivetská, Chmelnická, Ivano-Frankivská, Lvovská, Rovenská, Ternopilská, Volyňská a Zakarpatská, viz obrázek č. 7.

Obrázek č. 7: Administrativní vymezení regionů západní Ukrajiny



Zdroj: www.odessa-abc.com/ 2012

Podkarpatská Rus je ve své podstatě termín, který označuje historické území dnešní Zakarpatské oblasti. Zakarpatská oblast leží při nejzápadnějších hranicích Ukrajiny, viz obrázek č. 8. Zakarpatí je označení oblasti Zakarpatského regionu. Název znamená doslova „za Karpaty“. Vychází z pohledku od Kyjeva, kde rozkládá oblast za Karpaty. (Evans 2011)

Obrázek č. 8: Vymezení Zakarpatské Ukrajiny



Zdroj: http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Map_of_Ukraine_political_simple_Oblast_Transkarpatien.png 2012

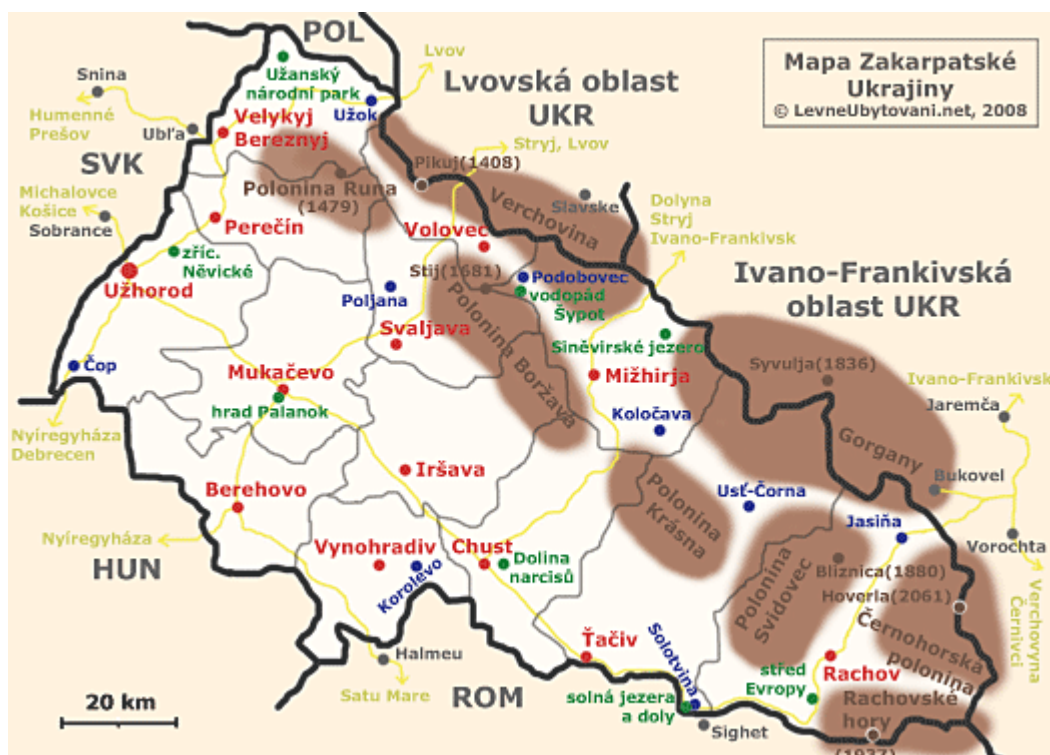
8. 1. Lokalizační předpoklady

Přírodní předpoklady

V regionu západní Ukrajiny převládá mírně kontinentální klima. Oblast západní Ukrajiny je bohatší na srážky na rozdíl od východní Ukrajiny. Zimy bývají velmi chladné, poměrně bohaté na sněhovou nadílku. Léta jsou teplá a poměrně suchá. Jaro přechází poměrně rychle do léta a podzim do zimy. To znamená, že březen a listopad bývají poměrně chladnými měsíci. (Bičík a kol. 2004)

Polesí, území nacházející se na severu při hranicích s Polskem. Je starým historickým územím, které se rozprostírá na severu země, táhne se až na jih za hranice Běloruska a nepatrně zasahuje i Polsko. Značná část je kryta lesy a bažinami, např. Pinské bažiny. Na jih od Pinských bažin, které tvoří hranici s Polskem, se rozkládá Podolská vrchovina. Podolská vrchovina leží mezi Lvovem a městem Ternopil. V samém rohu země mezi Užhorodem a Ivano-Frankivskem se tyčí ukrajinská část Karpat. Z celkového masivu náleží Ukrajině pouhých 11 %. Nejvyšší horou je Hoverla (2061 m n. m.), která je rovněž nejvyšší horou flyšového pásma pohoří. Hranici s Maďarskem a Rumunskem tvoří řeka Tisa. (Bičík a kol. 2004, <http://ukrajinatour.cz> 2012)

Obrázek č. 9: Mapa Zakarpatské Ukrajiny



Zdroj: <http://www.levneubytovani.net/ukrajina/> 2012

Ukrajinské Poloniny poskytují vhodné podmínky pro pěší turistiku. V současné době v této oblasti získává na popularitě ekoturismus a venkovský cestovní ruch. Turisté rovněž mohou navštívit místní přírodní rezervace, národní parky a chráněné krajinné oblasti, viz obrázek č. 9. Karpaty poskytují podmínky pro zimní cestovní ruch. Neznámějším turistickým místem je Bukovel. Sjezdovky s porovnáním se sjezdovkami v okolních karpatských zemích jsou nízké kvality a bohužel, poskytované služby jsou předraženy. (<http://ukrajinatour.cz> 2012)

Samotné ukrajinské Karpaty zahrnují horské páteře a předhůří a Transkarpatskou nížinu. Oblast je bohatá na minerály, ropu, zemní plyn a např. draselnou sůl. Území protkává množství řek. Nejvýznamnější řekou je Dněstr, který protéká mezi Podolskou vrchovinou a Karpaty. V Karpatech pramení přítok Dněstru Prut. Na ukrajinských hranicích teče řeka Tisa. Oblast Karpat je bohatá na minerální prameny - „Naftusya“, „Luzhanskaya“, „Svalyava“ „Polyana Kvasova“ a další. Tyto prameny se využívají k léčebným účelům (Bičík a kol. 2004, <http://ukrajina.svetadily.cz> 2012)

V oblasti Podkarpatské Rusi se rozkládá Siněvirský národní park, místo je uzavřeno horami. Nachází se v něm řada turistických cílů. (<http://ukrajina.svetadily.cz> 2012)

Pro oblast Ternopilu jsou typické sádrovcové jeskyně. Rozkládá se, zde i jedna z nejdelších na světě. (Evans 2011).

Na seznamu Světového dědictví UNESCO jsou právě karpatské lesy zapsány. Přesně se jedná o prehistorický bukový les a starověký bukový les. Tento les je stále důkazem ústupu doby ledové a prezentuje typický biologický a ekologický vývoj suchozemské fauny. (www.unesco.org 2012)

Historické a kulturní předpoklady

V zemi se snoubí řada odlišných kultur, které po sobě zanechala vláda Habsburské monarchie za Rakouska - Uherska, vláda Osmanské říše, Litvy, Polska a Sovětského svazu. Kromě přírodních předpokladů pro cestovní ruch, země skýtá řadu historických památek. Zřejmě největší atraktivitou je město Lvov. Na městě se podepsal jeho dlouhodobý a rozmanitý historický vývoj. Pro město je typické snoubení východoevropské architektury s architekturou německou a italskou. Právě toto historické centrum bylo zapsáno na seznam Světového dědictví UNESCO, viz obrázek č. 11. Pro samotné město je typické množství muzeí a galerií. Ve městě se nachází nejvýznamnější ukrajinské muzeum - Národní muzeum. Pro oblast jsou typické různé festivaly, slavnosti a jarmarky. Lvov je hlavním městem festivalů, kávy a čokolády. Lvovskými nejvýznamnějšími festivaly jsou oslavy vánočních

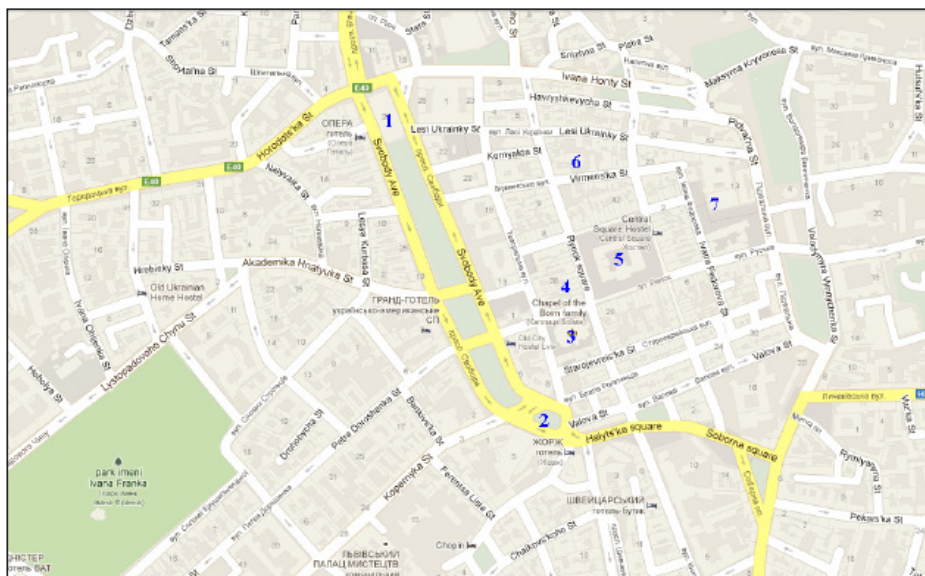
svátků, Velikonoc, Městský pivní festival, hudební festivaly, festivaly krátkých filmů, festivaly nezávislých filmů. Cílem těchto festivalů je obnova původních a tvorba nových tradic. (Skibinska 2012)

Obrázek č. 10: Vymezení Lvovského regionu



Zdroj: http://cs.wikipedia.org/wiki/Lvovská_oblast 2012

Obrázek č. 11: Mapa historického centra města



Zdroj: <http://maps.google.com/>, vlastní zpracování

- 1 – Lvovské akademické divadlo opery a baletu
- 2 – Památník Adama Mickiewicze
- 3 – Kaple Boimů
- 4 – Chrám nanebevzetí Panny Marie

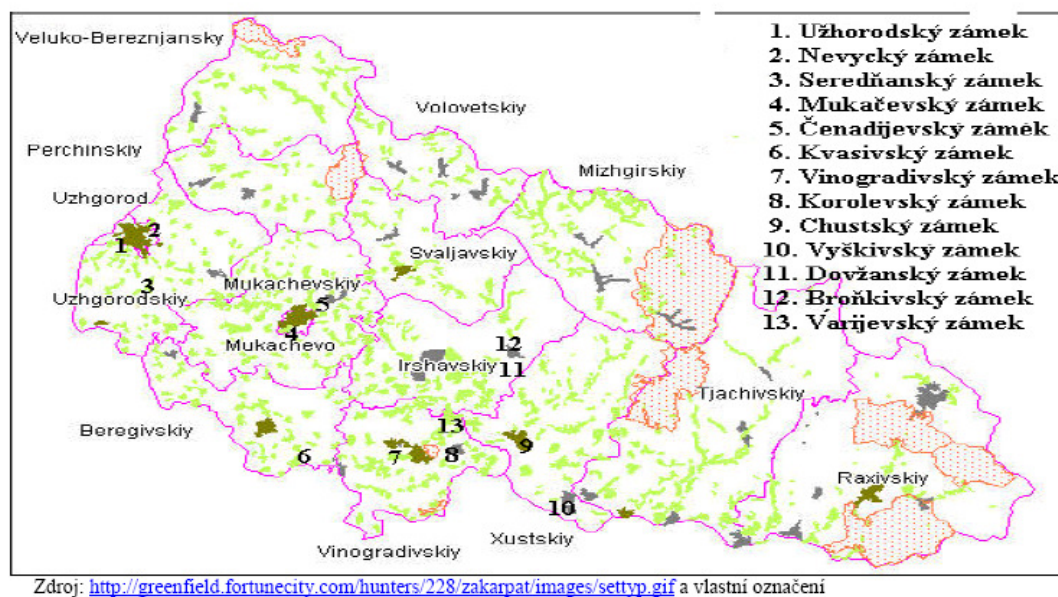
- 5 – Náměstí Rynok
- 6 – Arménská katedrála
- 7 – Dominikánský kostel

Zdroj: Skibinska 2012

Dalším významným městem je uherské Mukačevo s centrem, které tvoří podlouhlé náměstí Míru. Součástí centra je řada historických památek. Zajímavými budovami jsou např. Bílý dům, kde dnes sídlí radnice, nebo Rákociho palác, v němž sídlí akademie umění.

Nejstarší a nejkrásnější historickou památkou města je hrad Palanok, jenž se tyčí na sopečném kuželu. Je jedním z nejvelkolepějších paláců polské šlechty, ležící na východě Lvovské oblasti. Nedaleko od Mukačeva se nachází dřevěný lovecký zámček Šenbornů, kde je v současné době umístěno sanatorium Karpaty. (<http://ukrajina.svetadily.cz> 2012)

Obrázek č. 12: Zámky Zakarpatské Ukrajiny



Zdroj: Ledyda 2012

Městem, ležícím na obou březích řeky Už, je Užhorod. V tomto městě jsou patrné stopy jeho historického vývoje, současně se jedná o kosmopolitní město, kde se spojuje mnoho národností a kde je možno se domluvit česky, slovensky, maďarsky, polsky, ukrajinsky a rusky. Ve městě se nachází nejdelší lipová alej Evropy, která byla vysázena v době Československé éry. Hlavním znakem Užhorodu je užhorodský hrad, který se tyčí nad městem. Od roku 1946 je z hradu muzeum, kde se nachází četné expozice karpatské přírody. Oblast rovněž charakterizuje skanzen lidové architektury, ve kterém jsou ke zhlédnutí bojkovské lidové chalupy, huculské statky a maďarské vinařské usedlosti. Ze skanzenu vede ulice Ivana Olbrachta, která tvoří příchozí cestu do botanické zahrady, kde jsou pěstovány vzácné rostliny. V ulici Ivana Olbrachta se nachází český obchod, v dnešní době je přebudován na kavárnu s typickými českými pochutinami a to s českým pivem či pražskou šunkou. Za důležité považuji zmínit, že město má ve znaku vinnou révu a okolí města je typickou vinařskou oblastí. (<http://ukrajina.svetadily.cz> 2012)

Další významnou oblastí, která je spjata s Československem, je Olbrachtova Koločova (obrázek č. 9). Ivan Olbracht je autorem knihy Nikolaj Šuhaj loupežník, což byl místní rodák. Oblast byla v letech 1919 – 1939 součástí Československa a současně zde Československo – Polská hranice. Zde se rovněž nachází skanzen ztvárňující vesnici na přelomu 18. a 19. století. (www.jakubinsky.com 2012)

Ostatní lokalizační předpoklady

Pro vymezenou oblast je typické pořádání různých slavností, jarmarků, dožínkových slavností, hudebních a kulturních festivalů. Tyto akce jsou typické hlavně pro oblast Lvova, cílem je přilákání turistů a zvýšení návštěvnosti v oblasti. V celé zemi stejně ve vytyčené západní oblasti západní Ukrajiny se nesmí podceňovat rovněž význam státních svátků, především pak Velikonoc, které jsou rovněž úzce spjaty s oslavami.

8. 2. Realizační předpoklady

Doprava

K tomu, abychom se do země mohli podívat, je nutné mít na paměti, že země se nenachází v tzv. schengenském prostoru, tudíž na hranicích musíme očekávat celní kontrolu. Při příjezdu do země, v době překračování hranic je nezbytně nutné vyplnit list, kde bude uvedeno, jaký je cíl naší cesty, jak dlouhý bude pobyt a na jaké adrese se budeme vyskytovat. Součástí je i standardní celní kontrola, kdy jsou kontrolována zavazadla, která máme u sebe. Na hranicích nás celní kontrola může zdržet dle svého uvážení. Jak bylo uvedeno výše například pro Českou či Slovenskou republiku je zavedena jednostranná vízová povinnost. Tzv. Češi nebo Slováci mohou Ukrajinu navštívit na dobu až 90 dní bez vízové povinnosti, pokud cílem pobytu není výdělečná činnost. Tudíž není problém, abychom do země na dovolenou vycestovali. (cesta autora 2010)

Do oblasti je možno vstoupit ze čtyř zemí – z Polska, Slovenska, Maďarska a Rumunska. Hraniční přechody lze překročit vozem, kolem nebo pěšky.

V Polsku je možné jako cyklista překročit hranice s Ukrajinou pouze na vyhrazeném kontrolním místě, kde chodec může přecházet hranice, jediným takovým místem je *Medyka – Shehyni*. Společný hraniční přechod pro motoristy a pro pěší je *Krościenko – Smilnytsya*. Slovensko má sice s Ukrajinou nejkratší hranici, avšak zdá se, že přechody jsou nepříznivější pro pěší a cyklisty. *Ubla - Malyi Bereznyi* je jedním ze hraničních přechodů, který je určen jak pro motoristy, tak pro pěší a cyklisty. Velmi využívaným přechodem je *Vyšné Německé*, který je hlavním hraničním přechodem do Užhorodu, viz obrázek č. 13. Lze konstatovat,

že tento přechod určen pouze pro motoristy. Je využíván i společností Eurobus, která zavedla pravidelnou linku mezi Košicemi a Užhorodem. (<http://www.migraceonline.cz> 2012, cesta autora 2010)

Obrázek č. 13: Hranice Vyšné Německé



Zdroj: foto autora, 2010

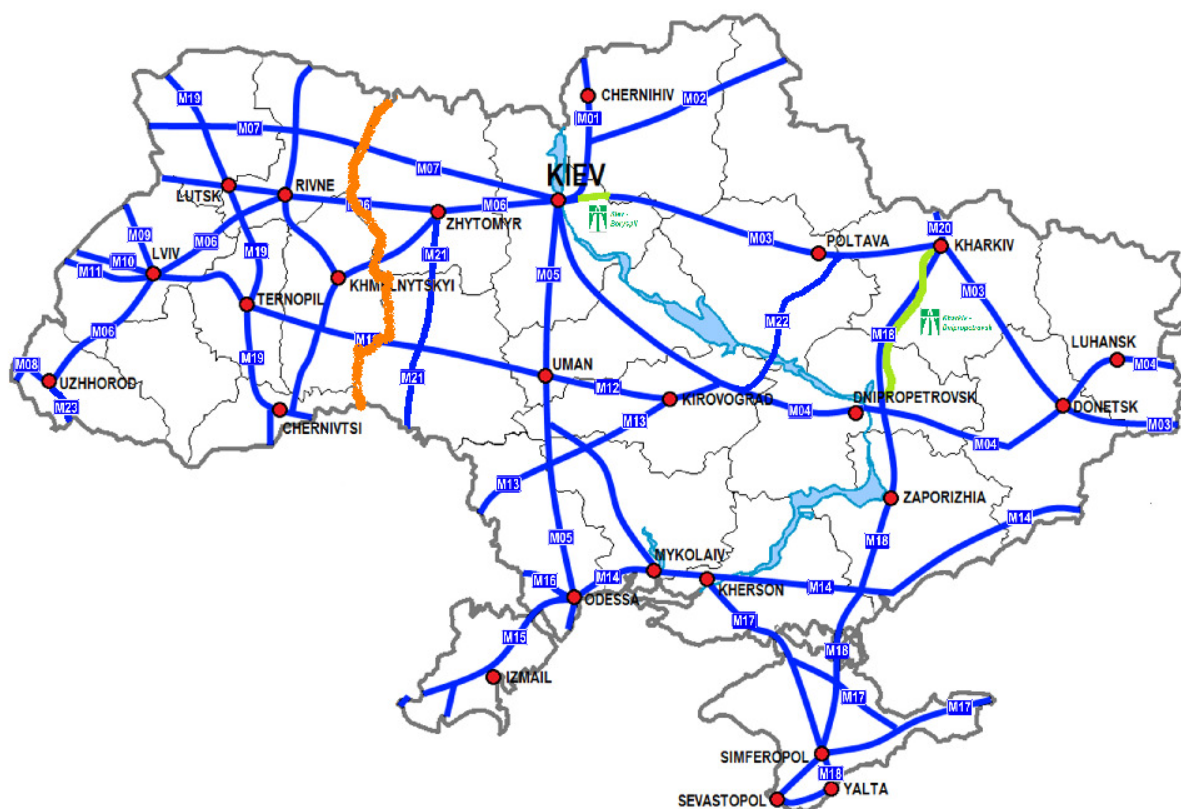
Dalším hraničním přechodem mezi Ukrajinou a Slovenskem jsou *Velké a Malé Slemence*, tento hraniční přechod má omezenou otevírací dobu, a to od 8:00 do 20:00, jedná se o hraniční přechod, který je výhradně určen pro pěší a cyklisty. Mezi Ukrajinou a Maďarskem jsou tři přechody pro motorová vozidla, a to *Beregsurány – Astej, Tiszabecs – Vilok* a *Záhony – Čop*. Mezi oběma zeměmi jsou i přechody pro cyklisty a pěší, ale jejich otevírací doba je omezena. Mezi Ukrajinou a Rumunskem jsou tři hraniční přechody *Halmeu – Dyakove, Sighetu Marmatiei – Solotvino* a *Siret – Porubne*. Dle získaných informací může pěší, resp. cyklista požádat o přechod hraničního přechodu s kolem. (<http://www.madarsko.cz/doprava/hranicni-prechody/> 2012)

Důležité je rovněž zmínit, jak vypadá celní kontrola na hranicích a především, co celníci během kontroly hledají. Kontrolují vývoz alkoholu a cigaret ze země, neboť na Ukrajině jsou tyto artikly výrazně levnější než v České nebo Slovenské republice. Tímto se snaží předcházet “pašování” tohoto zboží ze země. Bezcelně lze na Ukrajinu dovést, ale především z Ukrajiny vyvézt: 1 litr tvrdého alkoholu na osobu, 2 litry vína na osobu, 5 litrů piva na osobu, 2 krabičky cigaret na osobu, nikoliv dva kartóny cigaret a potraviny pro osobní spotřebu maximálně ve výši 50 Eur. Problémem může být vývoz valut z Ukrajiny

nebo snaha o převoz zlata, šperků, předmětů historické hodnoty atd. Obecná rada zní, vyvarovat se hlavně při odjezdu z Ukrajiny odvozu výše uvedených artiklů. (<http://dovolena.zajezdy.cz/> 2012, www.mzv.cz 2012)

Co se týče mýtu, že není bezpečné jet na Ukrajinu vlastním vozidlem, není to již taková pravda jako v minulosti. Vlastním vozidlem se dá oblast poměrně dobře procestovat. Hlavní silniční jsou v překvapivě dobrém stavu. V tomto regionu se nachází hlavní tah vedoucí z Čopu do Užhorodu a dále vedoucí přes Mukačevo a Svaljavu přes Latorický průsmyk do Lvova. (Obrázek č. 14) Co se týče ostatních tzv. vedlejších, venkovských, resp. horských komunikací, jsou ve velmi špatném technickém stavu. Řada komunikací je na samé hranici sjízdnosti. Při jízdě po horských komunikacích je nutné mít na paměti, že se na cestě může povalovat dobytek. (www.businessinfo.cz 2012)

Obrázek č. 14: Hlavní komunikace na Ukrajině



Zdroj: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Ukraine_Major_Roads.png 2012

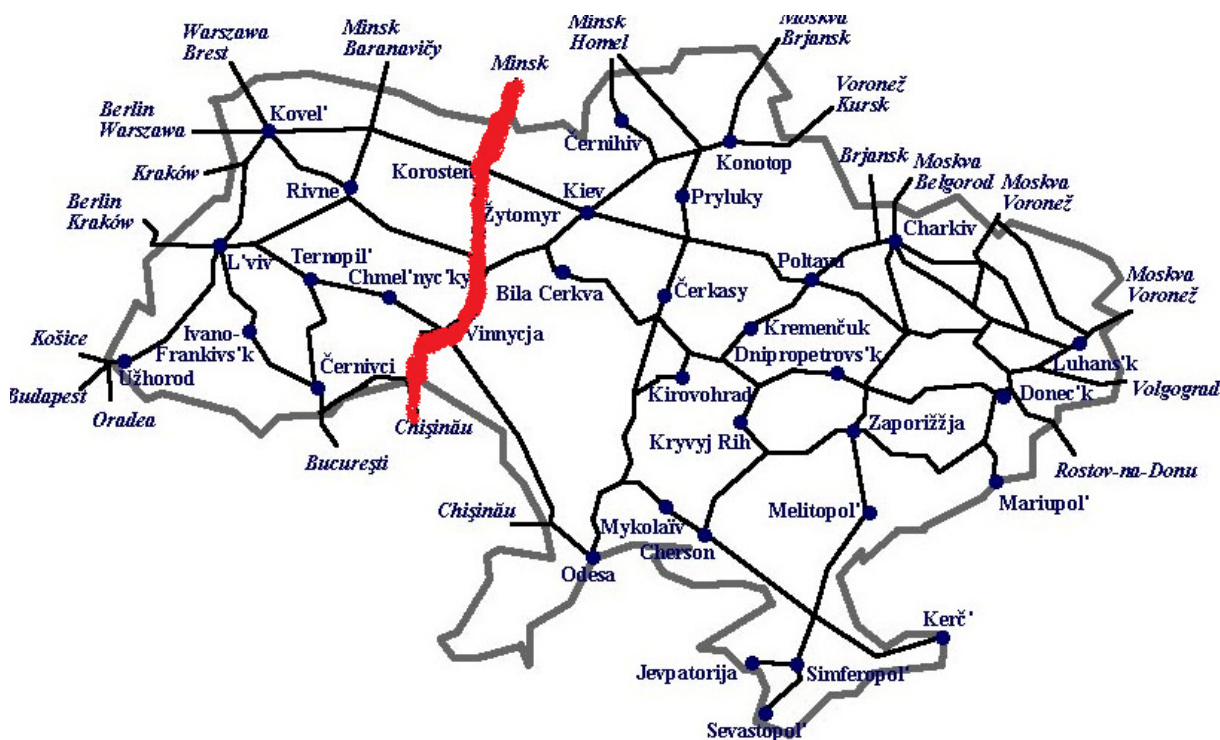
Poznámka: červeno-oranžovou barvou je vymezen region západní Ukrajiny

Z dob před tzv. oranžovou revolucí se tradovalo, že pokud Vás zastaví policie, je nebytně nutné ji uplatit, abychom mohli v klidu pokračovat v jízdě. Tento fakt se stává minulostí. Pokud Vás v dnešní době zastaví, podrobují zahraniční turisty jen běžné kontrole.

I přes vylepšení aktuální situace se vracím k již uvedeným informacím, že je dobré cestovat vlastním vozem v zemi přes den. (www.businessinfo.cz 2012)

Co se týče vlakového spojení, není příliš rozvinuté. V každé sousední zemi lze překročit vlakem na základě místní vlakové přepravy, např. ze Slovenské republiky z Čierné nad Tisou. Problémem je rozhod kolejí na železnici, který je jiný než na Slovensku a na Ukrajině. Příjemnější by mělo být cestování vlakem z Polska na Ukrajinu, resp. cestování z Varšavy do Lvova. Bohužel vlak je vypravován pouze sezónně, a to v létě během července. I z Maďarska a Rumunska je možno přicestovat do západní Ukrajiny vlakem, ovšem daleko jednodušší je jet z Budapešti nebo Bukurešti do Kyjeva než do Lvova. Je nutné mít na paměti, že cesta vlakem potrvá minimálně 24 hodin. Hlavní tahy železniční sítě jsou zachyceny v obrázku č. 15. (<http://www.cd.cz/mezinarodni-cestovani/vlakem-do-evropy>, <http://www.irucz.ru/cz> 2012)

Obrázek č. 15: Hlavní železniční tahy Ukrajiny



Zdroj: <http://www.nieznanaukraina.pl> 2012

Poznámka: červenou barvou je vymezen region západní Ukrajiny

V oblasti se nachází čtyři mezinárodní letiště: *Ivano – Frankivsk* mezinárodní letiště, *Lvov* mezinárodní letiště, *Mezinárodní letiště Užhorod* a *Mezinárodní letiště v Černivci*, viz obrázek č. 16. Zajímavou informací je, že České aeroline létají pouze do Lvova, a to jen je v určité dny v týdnu. To znamená, že je jen omezený počet spojení mezi Lvovem a Prahou.

Na druhou stranu se domnívám, pokud jsme ochotni v některé z evropských zemí přestoupit na jiný let, může být cesta do oblasti poměrně rychlá a pohodlná. Do regionu začínají létat, např. do Užhorodu, tzv. nízkonákladoví přepravci, u kterých cena letenek není vysoká. (<http://www.irucz.ru/cz> 2012)

Obrázek č. 16: Letiště Ukrajiny



Zdroj: <http://www.ukraine-travels.com/ukrainian-airports/> 2012

Jsou místa, kam se dostaneme pěšky, ale jsou místa, kde je potřeba využít buď místní „maršrutky“ nebo, taxi. Místní povozy jezdí po předem určených trasách, mají přiděleno číslo vozu. Využití těchto povozů je zpoplatněno, v roce 2010 stál jeden lístek 1,5 hřivny. Maršrutky jezdí dle uznání řidičů, tj. kdy je v místě prvního nástupu minimální počet cestujících, který tohoto povozu využije. Po cestě na předem určených zastávkách, které jsou jen omezeně označené, nastupují a vystupují cestující. Tento povoz má cca 20 míst k sezení. (cesta autora 2010)

Ubytovací a stravovací zařízení

Dle vlastní zkušenosti a dle získaných informací jsou ve všech městech různá restaurační zařízení různých cenových kategorií. Krom restaurací je možné si něco koupit

k jídlu na tzv. rynku. Jediné, na co je nutné dbát, že Ukrajinci mají jiné hygienické návyky, než např. obyvatelé České republiky. (cesta autora 2010)

K realizačním předpokladům oblasti by měla patřit charakteristika ubytovací kapacity. V této kapitole jsem využila data, která hovoří o přehledu ubytovacích zařízení v regionu západní Ukrajiny. Na základě získaných dat jsem je zpracovala statistiku, viz příloha č. 12. Celkem bylo využito 146 údajů. Údaje byly rozděleny do 5 kategorií dle kvality ubytovacího zařízení. K vypovídající charakteristice byly stanoveny následující hypotézy:

H_0 : Neexistují statisticky významné rozdíly v kvalitě ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti

H_A : Existují statisticky významné rozdíly v kvalitě ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti

Na základě stanovených hypotéz k testovací statistice a na základě získaných dat bylo zjištěno následující:

Základní charakteristika, vypovídá o tom, kolik ubytovacích zařízení se nachází v jednotlivých městech, a v jaké kvalitě tato ubytovací zazení jsou, viz tabulka č. 2.

Tabulka č. 2.: Kategorizace ubytovacích zařízení

			místo			
kvalita			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	Valid	Ivano-Frankivsk	2	4,4	4,4	4,4
		Lviv	41	91,1	91,1	95,6
		Polyana	1	2,2	2,2	97,8
		Uzhgorod	1	2,2	2,2	100,0
		Total	45	100,0	100,0	
2,00	Valid	Ivano-Frankivsk	4	9,5	9,5	9,5
		Lviv	30	71,4	71,4	90,5
		Polyana	4	9,5	9,5	100,0
		Berehove	2	4,8	4,8	14,3
		Khomyakuvka	2	4,8	4,8	19,0
		Total	42	100,0	100,0	
3,00	Valid	Ivano-Frankivsk	3	10,0	10,0	10,0
		Lviv	18	60,0	60,0	70,0
		Uzhgorod	7	23,3	23,3	100,0
		Mukachevo	2	6,7	6,7	76,7
		Total	30	100,0	100,0	
4,00	Valid	Ivano-Frankivsk	1	3,8	3,8	3,8
		Lviv	17	65,4	65,4	69,2
		Uzhgorod	7	26,9	26,9	96,2
		Zhdeniyevo	1	3,8	3,8	100,0
		Total	26	100,0	100,0	
5,00	Valid	Lviv	3	100,0	100,0	100,0

Zdroj: <http://www.hotelscombined.cz> 2012, příloha č. 12

Tabulka č. 3: Deskriptivní statistika

Descriptives						
	kvalita				Statistic	Std. Error
F1	1,00	Mean			91,9556	4,79193
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		82,2981	
			Upper Bound		101,6131	
		5% Trimmed Mean			93,4938	
		Median			95,0000	
		Variance			1033,316	
		Std. Deviation			32,14524	
		Minimum			3,00	
		Maximum			143,00	
		Range			140,00	
		Interquartile Range			42,00	
		Skewness			-,717	
		Kurtosis			,308	
	2,00	Mean			86,0952	6,27328
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		73,4261	
			Upper Bound		98,7644	
		5% Trimmed Mean			86,5556	
		Median			87,5000	
		Variance			1652,869	
		Std. Deviation			40,65549	
		Minimum			17,00	
		Maximum			146,00	
		Range			129,00	
		Interquartile Range			67,25	
		Skewness			-,258	
		Kurtosis			-1,082	
	3,00	Mean			51,8000	7,93601
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		35,5690	
			Upper Bound		68,0310	
		5% Trimmed Mean			49,7593	
		Median			38,5000	
		Variance			1889,407	
		Std. Deviation			43,46731	
		Minimum			1,00	
		Maximum			139,00	
		Range			138,00	
		Interquartile Range			55,75	
		Skewness			,965	
		Kurtosis			-,348	
	4,00	Mean			48,3462	7,59938
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		32,6949	
			Upper Bound		63,9974	
		5% Trimmed Mean			45,8889	
		Median			48,0000	
		Variance			1501,515	
		Std. Deviation			38,74939	
		Minimum			2,00	
		Maximum			144,00	
		Range			142,00	
		Interquartile Range			53,50	
		Skewness			,923	
		Kurtosis			,326	
	5,00	Mean			55,3333	5,92546
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		29,8381	
			Upper Bound		80,8285	
		5% Trimmed Mean			.	
		Median			58,0000	
		Variance			105,333	
		Std. Deviation			10,26320	
		Minimum			44,00	
		Maximum			64,00	
		Range			20,00	
		Interquartile Range			.	
		Skewness			-1,090	
		Kurtosis			.	

Zdroj: <http://www.hotelscombined.cz> 2012, příloha č. 12

Rozdílné hodnoty průměrů a mediánů naznačují, že soubory nemají v jednotlivých kategoriích normální rozložení, což znamená, že rozložení souboru je asymetrické, viz tabulka č. 3. Z této tabulky je rovněž patrné, že nejvíce ubytovacích zařízení je v oblasti zastoupeno v první a druhé kategorii. Testy normality potvrzují, že normální rozdělení dat je zastoupeno ve čtyřech kategoriích kvality 1, 2, 4 a 5. V prvních dvou kategoriích nemáme dostatek důkazů pro zamítnutí nulové hypotézy o normálním rozložení náhodné proměnné na 5% hladině významnosti, viz tabulka č. 4. Ze statistiky vyplývá, že rozložení kvality ubytovacích zařízení není homogenní.

Tabulka č. 4: Test normality

Tests of Normality							
	kvalita	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
F1	1,00	,102	45	,200*	,959	45	,108
	2,00	,103	42	,200*	,933	42	,017
	3,00	,214	30	,001	,851	30	,001
	4,00	,152	26	,125	,900	26	,015
	5,00	,269	3	.	,949	3	,567

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Zdroj: <http://www.hotelscombined.cz> 2012, příloha č. 12

Na základě popisné statistiky jsem pro testování hypotézy zvolila parametrický test pro několik nezávisle proměnných, tabulka č. 5. Zamítám nulovou hypotézu na 5% hladině významnosti, protože signifikance je menší než 0,05, a přijímám alternativní hypotézu o existenci statisticky významných rozdílů kvality ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti.

Tabulka č. 5: Testovací statistika (a,b)

Test Statistics ^{a,b}	
	F1
Chi-Square	29,946
df	4
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: kvalita

Zdroj: <http://www.hotelscombined.cz> 2012, příloha č. 12

Na základě výše uvedené statistiky nelze přesně stanovit, zda ubytovací kapacita v oblasti je dostačující, neboť dle článků, které byly využity v kapitole Literatura a zdroje nebo dle získaných informací přímo v Užhorodě, řada turistů využívá ubytování v soukromých ubytovacích zařízeních, která nejsou v nabídce. Dochází tak k individuálnímu způsobu ubytování a peníze za ubytování neputují do terciéru, ale k rukám soukromých osob.

Každá oblast na zemi je typická odlišnými jídly a pochoutkami. Pro oblast západní Ukrajiny je typickým pokrmem *kukuřičná kaše* se sýrem nazývaná *tokan* nebo *mamaliga*. Typickým jídlem pro celou Ukrajinu je *boršč*. Dalším tradičním jídlem jsou *holubce*, což je masovo – rýžová směs zabalená v zelném listu. Tradičním národním jídlem jsou *pelmeně* a *vareniky*. Jedná se o těstoviny, které jsou plněné nejrůznějšími náplněmi, nejčastěji však tvarohem. Dalšími typickými a také tzv. rychlými jídly jsou *čeburky*, *pirožky*, *bilaš* a *šašliky*, které se dají koupit na každém rynku. (<http://hn.ihned.cz> 2012)

Tzv. rynek neboli tržnice je jedním z míst, kde se můžeme najíst a můžeme to přirovnat k našim tzv. fast foodům. Restaurační zařízení různé kvality se nacházejí rovněž ve všech větších městech oblasti. Přičemž cenově dražší restaurace pro Ukrajince jsou pro nás cenově srovnatelné s českými restauračními zařízeními. (cesta autora 2010)

8.3. Selektivní předpoklady

Co se týče stimulačních potenciálů, můžeme je rozdělit do sekcí, ty které přímo ovlivňují propagaci země, resp. oblasti na venek a ty, které skutečně charakterizují zemi, resp. vytýčenou oblast.

Domnívám se, že dochází k rozvoji propagace destinace a zvýšení spolupráce regionu západní Ukrajiny s jinými regiony. Příkladem je spolupráce s Klubem českých turistů (www.karpaty.net 2002). V roce 2007 byla navázána spolupráce mezi Ukrajinou a Karpatským turistickým spolkem s cílem vytvářet značení v Karpatech dle Klubu českých turistů. Cílem je předejít problémovým záchranným akcím, kdy se turisté ztratí v neoznačených místech Karpat. Dle dohody členů spolku je cílem podpořit a sjednotit metodiku ukrajinského záchranného sboru s metodikou střední Evropy. Obdobnou spolupráci podporuje i Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Cílem podpory je opět rozvoj turistického značení cest v oblasti Užanského národního parku a současně červeného transkarpatského značení, které je tvořeno ve spolupráci s Klubem českých turistů a ukrajinské horské záchranné služby, viz příloha č. 11. Obecným přínosem by měla být podpora setkávání polských a českých turistů v této oblasti. Tento projekt dle získaných informací byl spuštěn v roce 2010. (www.mzv.cz/cesko-polske_forum 2012)

V roce 2008 podepsal kraj Vysočina se Zakarpatskou oblastí dohodu o spolupráci - cílem je předávání zkušeností v oblasti školství, kultury a navázání kontaktů v rámci obchodních vztahů mezi regionálními podniky. Podpora mimo jiné spočívala v uhrazení částky pěti miliónu korun Zakarpatské oblasti. (www.mzv.cz/ 2012)

Po celou dobu získávání informací o západní Ukrajině jsem nikde neobjevila propagační materiály podporující cestovní ruch. Výjimku tvoří materiály, které mi byly poskytnuty profesorem Shandorem na užhorodské univerzitě. Nikde jinde jsem neobjevila podklady pro rozvoj masového cestovního ruchu a její masové podpory. Z mého pohledu je v současné době oblast rozvoje cestovního ruchu podporována pouze vzděláváním v oboru na univerzitě v Užhorodě. (cesta autora 2010)

Jak již bylo uvedeno v obecných informacích, rozvoj tohoto regionu ovlivňuje nepříliš stabilní politická a ekonomická situace země. Přejít od centrálně plánované ekonomiky na tržní je jen velmi pozvolný a problematický. Nadále se projevuje historický vliv Ruska na zemi a rozkol na politické scéně, kde existuje blok proevropský a proruský. (www.businessinfo.cz 2012)

Výhodou regionu západní Ukrajina je jeho jazyková pestrost. V Užhorodu se můžeme domluvit ukrajinsky, rusky, částečně maďarsky, polsky, slovensky, česky a s mladší generací anglicky, na rozdíl od jiných regionů Ukrajiny, kde převládá ruština a mateřský jazyk ukrajinština. Domnívám se, že se jedná o výjimečné místo světa, kde se můžete bez jakýchkoliv problémů dohovorit navzdory psanému textu, který je tvořen azbukou. (www.mzv.cz 2012, cesta autora 2010)

Ačkoliv jsem se v Užhorodě setkala se vstřícností lidí a jejich snahou mi pomoci, vysvětlit mi charakter země, jejich ekonomickou situaci a usnadnit mi v přechod z jednoho místa na druhé. Rovněž jsem byla upozorněna na to, na jaké typy lidí si mám dávat pozor na tzv. pouliční žebračky, a jaký způsob dopravy ve městě využít tak, aby byl pokud možno co nejlevnější a bezpečný. Bylo mi i vysvětleno, kde a jakým způsobem si mohu zaměnit eura za ukrajinské hřivny tak, aby byl kurz záměny bankovek pokud možno pro mě co nejvýhodnější. Ochotou pomoci, jsem setkala především u mladších obyvatel tj. do věkové skupiny do 40 let. Na druhou stranu jsem se setkala i s lidmi, kteří jakýmkoliv způsobem chtěli vyžebrot peníze a cigarety. V naší zemi jsme obvykle zvyklí, že lidé, kteří žebrají, sedí na ulici s nastavenou dlaní a čekají, až jim někdo hodí nějakou minci. V Užhorodě se stává, že Vás neznámá osoba osloví na ulici a několikrát Vás žádá o almužnu. Když jí poprvé odmítnete, vytrvale a opakovaně se snaží o získání almužny. (cesta autora 2010)

Region západní Ukrajiny je místem neuvěřitelných kontrastů, z jedné strany máte pocit, že se vrací do dob nedávno minulých a na druhé straně, to je moderní místo dvacátého století. V zemi je pouhým okem patné, že obyvatelé jsou velmi chudí a jen hrstka z nich patří mezi tzv. bohatou horní vrstvu. Pro místní obyvatele je v zemi draho, vzhledem k jejich nízkým příjmům (cca 260 – 270 US \$ na osobu na měsíc). (www.utiad.org, 2012) V porovnání s Českou republikou jsou pro nás v tomto regionu věci a služby levnější.

Vytyčený region není úplně nejtypičtější oblastí sexuální turistiky na Ukrajině. Typickou oblastí je přístavní Oděsa a Krymský poloostrov. Dle zdroje www.sex-tourism.org 2012 je Ukrajina jednou z oblíbených destinací sexuální turisty, ačkoliv je prostituce v zemi ilegální. K rozvoji sexuální turistiky došlo po 1. srpnu 2005, kdy došlo ke zrušení vízové povinnosti turistů pocházejících z Evropské unie. Zájem o sexuální turistiku roste, především v menších městech a vesnicích. Důležité je podotknout, že sexuální turistika nemusí být vždy hlavním cílem cesty, ale pouze doplňujícím cílem. (www.novinky.cz 2012)

Od 8. června do 1. července 2012 se v Polsku a na Ukrajině konalo mistrovství ve fotbale (dále též EURO 2012). Je to první projekt, který se podařilo zrealizovat ve spolupráci Evropské Unie a Ukrajiny. Lviv aréna byla nejmenším stadiónem ze všech osmi, na nichž se hrálo. Tento stadión byl nově postaven právě kvůli pořádání šampionátu. Jedná se o víceúčelový stadion, slavnostně byl otevřen koncertem kapely TATU. Pořádání mistrovství ovlivnilo rozvoj následujících odvětví: městskou hromadnou dopravu, rozvoj lidských zdrojů, zkvalitnění ubytovacích zařízení a rozvoj cestovního ruchu města. Současně je pořádání EURA 2012 příležitostí pro navázání spolupráce s dalšími investory a možností intenzivněji spolupracovat s Evropskou unií. (Skibinska, 2012, www.eurofotbal.cz/euro-2012 2012)

Výše uvedená charakteristika má přispívat k SWOT analýzy. Současně výčet potenciálů pomohou při zpracování strategie rozvoje cestovního ruchu západní Ukrajiny.

9. SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je komplexně zpracována pro všechny složky cestovního ruchu.

Silné stránky:

- Výhodná geografická poloha západní Ukrajiny, především pro turisty ze střední Evropy
- Podnebí – kontinentální, léta suchá a teplá, zimy chladné s dostatkem sněhové pokrývky
- Poměrně dobrá silniční dopravní dostupnost – blízkost atraktivit cestovního ruchu u hranic
- Tři mezinárodní letiště (Lvov, Užhorod, Ivano – Frankvisk)
- Historické vazby na Československo, Maďarsko, Polsko
- Spolky spolupracující s oblastmi v České republice, kraj Vysočina a spolky v Užhorodu
- Lvov a jeho historické centrum zapsané na seznam kulturního dědictví Unesco
- Lvov, výstavba stadiónu, pořádání EURA 2012, Lviv aréna
- Muzea – „muzejní město“ – Kamenec Podolsky, Lvovské historické muzeum, Muzeum farmacie ve Lvově, Lvovské národní umělecké muzeum, Muzeum pivovarnictví ve Lvově. Muzeum místní historie v Užhorodě,
- Hrady – Lvov – hrad Olesko, Pidhorecký hrad, Palanok
- Ukrajinská část Karpat
- Prehistorický bukový les v Karpatech a starověký germánský les – památky zapsané na seznamu přírodních památek Unesco, Karpatská biosférická rezervace
- Turistika v Karpatech
- Ekoturistika, venkovský cestovní ruch
- Lyžování – potenciál pro rozvoj zimního cestovního ruchu, Bukovel, pohoří Černohora
- Užhorod – vinařská oblast
- Užhorod – univerzitní město, podpora vzdělání v oblasti cestovního ruchu
- Užhorod - tranzitní město
- Lvov – univerzitní město
- Sřet náboženství – křesťanství, židovství
- Cenová dostupnost, levněji než např. v České republice

- Ochutnávka tradičních jídel
- Minerální prameny a s tím související lázeňství

Slabé stránky:

- Politická nestabilita
- Rozkol mezi prozápadní a proruskou polickou orientací
- Nezdařený přechod od centrálního plánování k tržní ekonomice
- Nedostatečná kvalita vedlejších silnic
- Jiný rozchod kolejí na železnici, oproti železnicím střední a západní Evropy
- Velmi rozdílná kvalita ubytovacích zařízení, převládají levnější ubytovací zařízení
- Nedostatečně využit potenciál celé oblasti, nedostatečná propagace západní Ukrajiny
- Špatná kvalita sjezdovek
- Nízká propagace oblasti v zahraničí
- Ubytování v soukromých ubytovacích zařízeních – podpora tzv. šedé ekonomiky
- Nedostačená síť směnárny
- Špatné hygienické návyky
- Sexuální turistika

Příležitosti:

- Využití geografické polohy
- Rozvoj příhraniční turistiky
- Propagovat oblast během letní a zimní sezóny, léto – turistika, zima - lyžování
- Možnost lákat turisty po celý rok z důvodu oslavy Velikonoc a jiných svátků a festivalů
- Propagace wellness pobytů a lázeňství, opět příležitost pro podporu celoročního cestovního ruchu
- Pořádání mezinárodních sportovních akcí – Lvov a Lviv aréna
- Propagace lidových zvyklostí, tradic a kultury
- Propagace Užhorodu jako vinařské oblasti
- Zvyšování kvality ubytovacích zařízení
- Podpora místních spolků a jejich spolupráce se zahraničními spolky
- Podpora okružních jízd v oblasti, propagace celého regionu – Užhorod, Mukačevo, Koločava

- Spolupráce např. s Českou centrálou cestovního ruchu Czechtourism, vzhledem k naší společné historické a kulturní minulosti
- Spolupráce regionů západní Ukrajiny s Evropskou unií
- Zlegalizování ubytování v soukromých ubytovacích zařízeních, možnost přivýdělku pro rodiny
- Propagace sádrovcových jeskyní v oblasti Ternopilu

Ohrožení:

- Atraktivita a propagace jiných okolních destinací, především střední a západní Evropy
- Zdržení na hranicích na základě pasové a celní kontroly
- Zhoršení stavu technické infrastruktury, především vedlejších silnic
- Zhoršení dostupnosti míst na venkově
- Spíše nekvalitní ubytovací a stravovací zařízení
- Upřednostnění ubytování v soukromých ubytovacích zařízeních, neustálá podpora tzv. šedé ekonomiky
- Pakliže by došlo k rapidnímu zvýšení návštěvnosti cestovního ruchu, devastace kulturních a přírodních památek (Lvov – památky UNESCO)
- Jazyková bariéra
- Kriminalita, žebráci
- Riziko pašování levnějšího alkoholu a cigaret
- AIDS a jiné pohlavně přenosné choroby
- Po ukončení EURA 2012 propagace především města Lvov jako hlavní „atraktivita“, ostatní oblasti regionu by mohly být utlačeny

10. STRATEGIE ROZVOJE - VIZE A CÍLE

Cíle:

Prvním cílem je rozvinout spolupráci Klubu českých turistů s cestovní agenturou, která by se podílela na plánování cest do Zakarpatí a na propagaci oblasti u českých turistů. Zájezdy by měly být cenově dostupné pro všechny třídy obyvatelstva a využití veškeré potenciály oblasti.

Druhým hlavním cílem by měla být propagace města Lvova. Hlavní atraktivitou by neměl být jen fakt, že památky ležící v historickém centru města jsou zapsány na seznamu UNESCO, ale oslavy pořádané městem a jeho zázemím a poznání lidových tradic a zvyklostí. Zvyšování návštěvnosti je založeno na doporučení těch, kteří město navštíví.

Třetím cílem je podpora a propagace zimního cestovního ruchu v Karpatech.

Dílčí cíle:

- 1) Propagace Zakarpatí jako větší celku na základě propagačních materiálů cestovní agentury a Klubu českých turistů.
- 2) Spolupráce Užhorodu s maďarskými a slovenskými obcemi.
- 3) Zvýraznění tradic vinařské oblasti v zázemí Užhorodu a s tím spojená degustace vína.
- 4) Podpoření tradice lázeňství a rozvoj wellness pobytů
- 5) Vytvoření dostatečného množství propagačních materiálů, které budou k dispozici ve lvovském informačním centru, tak na jednotlivých kulturních akcích.
- 6) Kampaň zaměřená na propagaci zimní cestovního ruchu v oblasti Ivano- Frankivsk

Region západní Ukrajiny disponuje přírodním, kulturním a historickým potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Potenciál v současné době není dostatečně využíván, což je způsobeno nedostatečnou propagací vytyčeného regionu a nedostatečnou infrastrukturou a nízkou kvalitou základních služeb cestovního ruchu. (www.mmr.cz 2012)

Cestovní ruch se výrazně podílí na vývoji zaměstnanosti. Rozvoj cestovního ruchu je spojen se vznikem nových pracovních míst, a tím dochází ke snižování nezaměstnanosti a projevů s tím souvisejících. (www.mmr.cz 2012)

Rozvoj cestovního ruchu, který vychází ze sociokulturních a přírodních specifíků regionu, přispěje k socioekonomickému růstu regionu. (www.mmr.cz 2012)

Strategická vize a cíle vycházejí z toho, že podpora cestovního ruchu přispěje k celkovému rozvoji regionu. Důraz je kladen na především na příhraniční spolupráci se sousedními zeměmi. Kromě rozvoje regionu by spolupráce se zeměmi Evropské unie pomohla celé zemi

v její prozápadní a proevropské spolupráci. Z toho vychází priority a opatření. Podpora cestovního ruchu je založena na základě podpory hlavních měst regionů západní Ukrajiny ve spolupráci s místními spolky, podnikateli a regionálními centrály cestovního ruchu. (www.mmr.cz 2012)

Strategická vize představuje region západní Ukrajiny jako jedinečné místo střetu několika národností, kde každý se každý jedinec může realizovat dle svých zájmů a zálib. (www.mmr.cz 2012)

Užhorod se stane městem s vinařskou a kulturní tradicí s tím, že bude rozvinuta přes hraniční spolupráce se Slovenskem a Maďarskem. Klub českých turistů naváže spolupráci s cestovní kanceláří a navrhne společně návrh okružní cesty vedoucí přes Užhorod, Mukačevo a Koločavu opět zpět do Užhorodu. Součástí této okružní cesty by mělo být absolvování turistické trasy v Karpatech dle fyzických schopností účastníků. Splněním tohoto cíle by mělo dojít ke zvýšení návštěvnosti Zakarpátí. Region by měl využít potenciálu, který skrývají léčebné minerální prameny. Lázeňství je založeno na dlouholeté tradici, je potřeba z ní vyjít a podpořit rozvoj lázeňství a wellness pobytů.

Město Lvov a jeho zázemí podpoří tradici oslav svátků a gastronomických akcí a využije např. oslavu velikonočních svátků a propaguje oblast spojenou s ukázkou lidových tradic a výrobků jako jsou velikonoční kraslice nebo domácí mazance. Propagace je založena na základě návštěvy turistů, kteří budou vyprávět své zážitky příbuzným a známým a v historickém centru obdrží informační letáček s kalendářem plánovaných událostí.

Během zimy je na Ukrajině a samozřejmě i v Karpatech dostatek sněhové pokrývky. Vzhledem k tomu, že země má vhodné podmínky pro zimní cestovní ruch, je nezbytně nutné tento potenciál využít.

11. JEDNOTLIVÉ NAVRHOVANÉ PROJEKTY

Spolupráce cestovní agentury s Klubem českých turistů

1. Cíl:

Propagace Zakarpatí jako větší celku na základě propagačních materiálů cestovní agentury a Klubu českých turistů.

Popis projektu:

Obsahem projektu je, aby Klub český turistů navázal spolupráci s cestovní agenturou. V rámci spolupráce subjekty navrhnu cestu do Zakarpatí, které jsou spojené s návštěvou měst Užhorod, Mukačevo a Koločava a současně s návrhem několika turistických tras po ukrajinských Karpatech, dle schopnosti návštěvníků. Jedna návštěva by měla být naplánována na 14 dní, předem se určí časový harmonogram cesty, místa ubytování a stravování, přejezdy mezi jednotlivými místy. Nabídka je uvedena na webových stránkách agentury, v nabídkovém katalogu a na webových stránkách Klubu českých turistů.

Předpokládaná doba trvání:

9 měsíců až 1 rok

Celkové náklady projektu - odhad:

300 000 Kč

Cíle projektu:

Seznámit turisty s oblastí a upoutat je svou výjimečností.

Možnost financování projektu:

Rozpočet cestovní agentury a rozpočet Klubu českých turistů, popř. zdrojů, které byly dány oblasti ze sponzorských darů.

Popis cílové skupiny:

Turisté, kteří chtějí navštívit Karpaty a turisté, kteří chtějí zavítat do oblasti a příjemným zpestřením pro je absolvování turisté trasy v Karpatech. Předpokládá se, že hlavní cílovou skupinou budou mladí do 30 let, tj. turisté, kteří jsou bezdětní a mají zájem se bavit. Druhou skupinu budou tvořit turisté starší 45 – 60 let, tj. Ti, kteří rodiny už mají, ale jsou již odrostlé

Klíčové atraktivity:

Najít cestovní agenturu, která je ochotna spolupracovat s klubem Českých turistů a spojit návštěvu měst s turistickým výšlapem účastníků cestovního ruchu (asi 6 měsíců). Vypracování návrhu turistických cest a zařadit je do nabídky obou organizací (3 měsíce).

Rizika projektu:

Zájemci cestovních agentur nebudou mít chuť využít nabídku, která nabízí poznávací zájezd s turistickou aktivitou. Doba strávená na dovolené je příliš dlouhá.

Sdílení tradice a kultury s příhraničními obcemi

2. Cíl:

Spolupráce Užhorodu s maďarskými a slovenskými obcemi.

Popis projektu:

Určení sítě měst v Maďarsku a Slovensku, se kterými by Užhorod mohl spolupracovat. V Maďarsku by se mohli oslovit zástupci těchto měst – Záhony, Kisvárd, Nyíregyháza a Tokaj. Na Slovensku se mohl navázat kontakt v Michalovcích, Trebišově a Košicích. Oslovení těchto měst formou dopisu se žádostí o dohodnutí schůzky zástupců měst. Během setkání zástupců měst dohoda o spolupráci měst a propagaci kultur a tradic. Navrhnutí termínů setkání zástupců měst a obyvatel měst při příležitosti oslav a jiných významných událostí. Možnost multikulturního setkání třech národností. Toto unikátní spojení je možné právě v Užhorodě, neboť se ve městě dohovoříme ukrajinsky, maďarsky i slovensky. Propagace oslav a setkání by byla zajištěna v místním příhraničním tisku a na webových stránkách jednotlivých měst.

Přepokládána doba trvání:

6 měsíců

Celkové náklady projektu - odhad:

cca 70 000 Kč

Cíl projektu:

Na základě vzniklé spolupráce podpoření prozápadní orientace oblasti a i Ukrajiny a navázání užitečných kontaktů pro další rozvoj a lákání investorů. Současně propagace oblasti Užhorodu jako kulturní města. Díky zvýšené návštěvnosti dojde k postupnému zlepšení ekonomiky města.

Zdůvodnění potřeby projektu:

V Užhorodě a jiných místech západní Ukrajiny probíhají setkání českých spolků a místními obyvateli. Kromě české spolupráce by bylo užitečné využít polohu města Užhorod a zavést město do povědomí dalších míst. Navrhovaný projekt přinese rozvoj i městům, se kterými bude Užhorod spolupracovat.

Možnost financování projektu:

Na financování projektu by se podílela města, resp. projekt by byl financován z rozpočtu měst. Pokud by se podařilo úspěšně navázat spolupráci, tak by projekt mohl požádat i dotaci z Evropské unie.

Popis cílové skupiny:

Obyvatelé příhraničních měst, kteří mají chuť trávit aktivně svůj volný čas a dozvědět více informací a poznat tradice sousedních míst.

Klíčové aktivity:

První 2 měsíce jsou dobou na oslovení a zahájení spolupráce se zástupci vybraných měst. V období druhých 2 měsíce probíhá společná dohoda aktérů a plánování, na kterých akcích by mohlo proběhnout setkání. Zúčastnění vytvoří plánovací kalendář, následně osloví regionální tisk a dají podmínky pro zpracování webových informací.

Rizika projektu:

Zástupci zahraničních měst nebudou ochotni spolupracovat s ukrajinským Užhorodem. Pokud už bude ochota spolupracovat, tak propagace jednotlivých pořádaných akcí může být nedostatečná a do oblasti přijede minimální počet návštěvníků.

Uspořádání podzimních vinařských dní v Užhorodu a jeho zázemí

3. Cíl:

Zvýraznění tradic vinařské oblasti v zázemí Užhorodu a s tím spojená degustace vína, v první fázi určená jen pro vinaře z vybraných oblastí, v případě úspěchu projektu a zájmu běžného spotřebitele o víno z užhorodské oblasti, naplánování obdobného projektu pro širší veřejnost.

Popis projektu:

Opět by měla být podpořena spolupráce se sousedními zeměmi a to konkrétně s vinařskými oblastmi. V Maďarsku s vinařskou oblastí Tokaj a na Slovensku s vinařskými oblastmi Tokaj a východoslovenskými vinařskými oblastmi Kráľovský Chlmec, Vinné a Sobrance. Rozeslání pozvánky na degustaci vína v Užhorodě a na cestu Zakarpatskou vinnou cestou. Vinařské dni by se měly konat poslední týden v září, program by měl trvat čtyři dny. Zájemci z řad vinařů by přijeli do Užhorodu, kde by na ně byla připravena první degustační ochutnávka ve vyhlášeném vinném sklepě Shardoné. Druhý den začne cesta po vinné stezce, která je spojena s návštěvou vinných sklepů v Koncové, Mukačevu a v Berehové. Čtvrtý den následuje návrat do Užhorodu a cesta nazpět.

Předpokládaná doba trvání:

6 měsíců

Celkové náklady projektu – odhad:

Cca 60 000 Kč

Cíl projektu:

Výměna informací mezi vinaři, navázání kontaktů a snaha o spolupráci do budoucna s jinými vinařstvími. Nalezení nových trhů odbytu. Založení nové tradice, která by se každoročně opakovala. Na základě navázání kontaktů a nalezení nových trhů odbytu přilákání turistů do oblasti.

Zdůvodnění významu projektu:

Představení Užhorodu a jeho zázemí jako vinařské oblasti, která má dlouholetou tradici. Spolupráce s jinými vinařskými oblastmi pomůže propagaci ukrajinského vína do Evropské unie.

Možnost financování projektu:

Projekt může být financován z rozpočtu města a z rozpočtu jednotlivých vinogradů.

Popis cílové skupiny:

Vinaři z předem vybraných oblastí. Pokud bude navázána spolupráce a vinařská oblast bude přiblížena spotřebitelů vína, uspořádání obdobné cesty i širší veřejnost.

Klíčové aktivity:

Určení pověřené osoby, která naplánuje trasu a časový harmonogram, zjistí kontaktní osoby z jednotlivých vinogradů vybraných oblastí. Naváže s těmito osobami kontakt a pozve je na tuto akci. Dle počtu zájemců zajistí ubytování, stravování účastníků a jejich převoz či přechod z jednotlivých míst.

Rizika projektu:

Malý nebo žádný zájem vinařů o návštěvu této oblasti. V případě zájmu vinařů o návštěvu této oblasti, nenavázání potřebné spolupráce.

Zakarpátí – vhodné místo pro wellness

4. Cíl:

Podpoření tradice lázeňství a rozvoj wellness pobytů.

Popis projektu:

Během setkání zástupců příhraničních měst (cíl 2) zřízení stánků wellness v Užhorodě a Mukačevě, jsou k ochutnávce nabídnuty místní minerální vody a možnost využití masáže místních masérů. Za masáž by zájemce poskytl libovolný peníz dle jeho spokojenosti. Z návštěvy tohoto stánku si zájemce odnáší seznámení s nabídkou wellness v místních lázních, které může kdykoliv během roku navštívit.

Předpokládaná doba trvání:

5 měsíce na přípravu, znovu otevírání stánku při každé příležitosti setkání.

Celkové náklady projektu - odhad:

Cca 80 000,- Kč

Cíle projektu:

Představit i jinou stránku této oblasti. Globálně vzato je cílem č. 2, představit region jako specifické místo, kde si každý může nalézt zálibu a důvod proč opětovně toto místo navštívit.

Zdůvodnění potřeby projektu:

Užhorod a Zakarpatská oblast jsou představovány jako turistická a je opomíjen význam lázeňství.

Možnost financování:

Projekt může být financován z rozpočtu města a jednotlivých sanatorií.

Popis cílové skupiny:

Obecně určeno pro všechny turisty, kteří navštíví setkání ve městě. Propagace wellness pobytu by měla být zaměřena pro ženy, které si chtějí odpočinout od starostí všedních dní.

Klíčové aktivity:

V první řadě se setkají zástupci sanatorií ze zázemí sanatorií (1 měsíc). Ti, kteří projeví ochotu spolupracovat, se dohodnou na společném konceptu propagace všech vybraných zařízení v oblasti (2 měsíce). Dohodnou se na společném znění propagačních materiálů (3 – 4 měsíc). Zajistí chod stánků v průběhu konání akce. Vyškolí pověřené pracovníky v stánku propagací wellness pobytu (5 měsíc).

Rizika projektu:

Projekt závisí na realizaci projektu z cíle 2. Pokud už bude projev zájem o návštěvu oblasti z cíle 1, hrozí nízký zájem o navštívení wellness stánku. V případě návštěvy wellness je důležité, jakým způsobem na případné zájemce propagace zapůsobí.

Propagace města Lvov

5. Cíl:

Vytvoření dostatečného množství propagačních materiálů, které budou k dispozici ve Lvovském informačním centru, tak na jednotlivých kulturních akcích.

Popis projektu:

Projekt je založen na předávání informací o městě a jeho zázemí, dle jeho poznání turisty, kteří město navštíví. Z města by si měli odvést krom zážitků i propagační materiály s kalendářem jednotlivých pořádaných akcí.

Předpokládána doba trvání:

1 měsíc

Celkové náklady na propagaci akce – odhad:

Cca 40 000 Kč

Cíle projektu:

Zvýšení návštěvnosti na základě zkušeností turistů, kteří město navštívili a hovoří o něm, jako o výjimečném místě, které stojí za to ho vidět.

Zdůvodnění potřeby projektu:

Lvov doposud nebyl příliš známý mezi turisty, je důležité zvýšit návštěvnost města a jeho zázemí.

Možnost financování projektu:

Město se může podílet na financování projektu ve spolupráci s lvovským informačním centrem.

Popis cílové skupiny:

Cílem je poskytnout propagační materiály a zaujmout všechny skupiny zahraničních turistů, avšak předpokládá se, že hlavní cílovou skupinou budou mladí do 30 let, tj. turisté, kteří jsou bezdětní a mají zájem se bavit. Druhou skupinu budou tvořit turisté starší 45 – 60 let, tj. Ti, kteří rodiny už mají, ale jsou již odrostlé.

Klíčové aktivity:

Vytištění dostatečných kusů propagačních materiálů, zajištění jejich dostupnosti v informačním centru. Zajištění brigádníků, kteří by v místech oslav rozdávali letáky pro turisty.

Rizika projektu:

Turisté, kteří Lvov navštíví, město nezaujme, oslavy probíhající ve městě pro ně nebudou dostatečně zajímavé. Neodvezou si z města propagační materiály, budou v okruhu svým přátel a známých o městě hovořit negativně.

Celoroční kampaň zaměřená na propagaci lyžování v Karpatech

6. Cíl:

Propagace zimního cestovního ruchu v oblasti Ivano- Frankivsk a přilákání co nejvyššího počtu lyžařů do zimních středisek.

Popis projektu:

Celoroční propagační akce nabídky zimních středisek v regionu Ivano – Frankivsk. Akce je založena na tzv. bilbórděch, plakátech a internetové kampani. Tyto propagační materiály jsou

umístění na letištích, na příjezdových komunikacích a na nádržích. Kampaň je provedena v několika jazycích tak, aby každému návštěvníkovi a turistovi byla jasná nabídka.

Předpokládaná doba trvání:

1 rok a 6 měsíců

Celkové náklady projektu:

Cca 600 000 Kč

Cíl projektu:

Přilákání pokud možno co největšího počtu lyžařů.

Zdůvodnění potřeby projektu:

Region vytyčený pro účely mé práce je v první řadě propagován jako turistická oblast. Je nezbytně nutné zdůraznit potenciály zimního cestovního ruchu a možnosti s ním spojené.

Popis cílové skupiny:

Cílovou skupinou jsou milovníci zimních sportů a především lyžování. Jedná se o jednotlivce, skupiny přátel každé věkové kategorie, tak i rodiny s dětmi.

Klíčové aktivity:

Propagace je založena na spolupráci subjektů, které podnikají v oblasti cestovního ruchu, resp. těch, kteří provozují lyžařská střediska (2 měsíce). Společně osloví zástupce informačního turistického centra ve městě Ivano - Frankivisk a současně osloví příslušné ministerstvo, které na Ukrajině podporuje rozvoj cestovního ruchu (2 měsíce). Ve vzájemné spolupráci vypíše veřejnou zakázku na tvorbu této propagační kampaně (2 měsíce). Výherce zhotoví celkovou propagační kampaň, která bude oslovovat turisty v různých jazycích a bude je zvat do jednotlivých středisek (1 rok). Současně bude zhotovena webová stránka, která ve stejném duchu bude oslovovat turisty.

Rizika projektu:

Nedojde k navázání spolupráce mezi subjekty. Projekt je finančně náročný. Neprojeví se zájem ze strany zahraničních turistů.

12. ZÁVĚR

Tématem práce byl rozvoj cestovního ruchu v regionu západní Ukrajiny a vytvoření strategie rozvoje cestovního ruchu. Během výzkumu byla využita analýza kvalitativních a kvantitativních metod. V rámci zpracování práce jsem využila metodu Delphi. Domnívám se, že se mi úplně nepodařilo dodržet charakter metody Delphi, neboť jsem oslovila jen malý počet subjektů. Od všech dotázaných jsem neobdržela požadované informace. Na druhou stranu považuji za úspěch, že byla navázána komunikace s ukrajinským statistickým úřadem, jehož zástupkyně mi zaslala data, která mi pomohla charakterizovat cestovní ruch vytyčeného regionu. Kladně hodnotím i setkání s profesorem Shandorem na univerzitě v Užhorodě. Kromě odpovědí na mnou položené dotazy mi poskytl zajímavé materiály o regionu západní Ukrajiny. Materiály tvořili propagační CD Podkarpatské Rusi, seminární práce žáků a mapy turistický tras, které vznikly ve spolupráci se zástupci polských Karpat. Ačkoliv jsem tyto materiály pro svou práci dále nevyužila, mohou být zdrojem informací pro mé kolegy a zájemce o cestovní ruch v oblasti Zakarpatí. Na základě získaných statistických dat jsem spočítala vývoj návštěvnosti Ukrajiny a regionu západní Ukrajina. Vytvořila katalog návrhových strategií rozvoje cestovního ruchu.

Na počátku práce jsem definovala cíle práce. Hlavním cílem práce bylo navrhnout strategii rozvoje cestovního ruchu západní Ukrajiny. V rámci dílčích cílů jsem chtěla umístit region západní Ukrajiny do Butlerova cyklu životní destinace a pokusit se predikovat další vývoj. Na základě potenciálu cestovního ruchu jsem chtěla vytvořit SWOT analýzu. Pomocí statistické metody na základě kvantitativních dat jsem chtěla zhodnotit rozmístění ubytovacích zařízení dle jejich kvality ve vymezeném regionu.

Hlavní cíl, tj. vytvoření strategie rozvoje, souvisel s dílčími cíli, a to se stanovením situační analýzy, kterou tvoří potenciál cestovního ruchu a vytvořením syntetické části, SWOT analýzy se mi podařilo splnit. Část věnována potenciálu cestovního ruchu regionu západní Ukrajiny se zaměřuje především na potenciál celého regionu. Konkretizovány jsou nejvýznamnější atraktivita. Některé informace jsou obecného charakteru a platí i pro celé území Ukrajiny. Jednotlivé potenciály cestovního ruchu nejsou dále hodnoceny nebo hierarchizovány. Výjimku tvoří pouze realizační potenciál - nabídka a rozmístění ubytovacích zařízení. Z potenciálu cestovního ruchu jsem vycházela při vypracování SWOT analýzy. Opět jsou konkretizovány nejdůležitější silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Součástí strategie jsou cíle a vize. Cílem strategie je zvýšit návštěvnost v regionu na základě spolupráce se zahraničními regiony a tím zvýšit návštěvnost zahraničního cestovního ruchu. Cíle jsou

naplněny na základě katalogu návrhových strategií. Bohužel se mi nepodařilo navrhnout strategii rozvoje, která by zahrnovala celé území regionu západní Ukrajiny, popř. která by například podpořila rozvoj cestovního ruchu v oblasti Ternopilu, kde se nacházejí sádrovcové jeskyně. Ve svých návrzích se výhradně zaměřuji na rozvoj cestovního ruchu v Užhorodě a Podkarpatské Rusi, na rozvoj cestovního ruchu města Lvov a jeho okolí a na rozvoj cestovního ruchu v Karpatech během letní i zimní sezóny.

Na počátku práce jsem na základě vytyčených cílů stanovila hypotézy:

Konkurenční výhodou západní Ukrajiny je, že má dostatek atraktivit pro celoroční cestovní ruch. ANO

Na základě vypracování této práce si dovoluji tvrdit, že region západní Ukrajiny má dostatek atraktivit pro celoroční cestovní ruch a skutečně je to konkurenční výhodou regionu západní Ukrajiny. Celý rok se v oblasti pořádá dostatek oslav a jarmarků, které mohou přilákat turisty. K celoročnímu navštívení lákají místní lázně a sanatoria. Během letní sezóny jsou Karpaty využívány pro pěší turistiku. V zimě splňují podmínky pro lyžování.

Vymezená oblast se stále nachází v objevitelské fázi Butlerova cyklu životní destinace. ANO

Dle dat získaných od ukrajinského statistického úřadu a dle jejich zpracování jsem zjistila, že počty turistů, kteří míří do oblasti, jsou velmi nízké. Pohybují se okolo 200 000 turistů za rok. Příjezdy jsou velmi nevyrovnané a převažuje individuální způsob cest.

Ubytovací zařízení různé kvality jsou v celé oblasti nerovnoměrně rozmístěny. ANO

K tomu, aby mohla zodpovědět tuto hypotézu, jsem pracovala získané údaje v statistickém programu SPSS na základě statistické metody. Z výsledků zpracovaných dat je patrné, že ve vymezeném regionu západní Ukrajiny se nachází ubytovací zařízení různé kvality a jejich rozmístění je nerovnoměrné.

Na základě získaných a zpracovaných podkladů si dovoluji zkonstatovat, že region západní Ukrajiny má dostatek atraktivit a potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu.

Předmětem dalšího zkoumání by mohl být rozvoj technické základny připravenosti regionu na masový příjezd turistů. Myslím, že by bylo zajímavé na tuto práci navázat a dále ji rozpracovat.

- 1) Rozpracovat metodu Delphi, zaměřit se na širší okruh dotazovaných subjektů a více konkretizovat položené dotazy.

- 2) Doplnit šetření dotazníkem, který by mohl být zaslán cestovním kancelářím, které nabízejí dovolenou v regionu západní Ukrajiny. Cílem by mělo být zjištění, jaké skupiny osob mají o tuto destinaci zájem a z jakého důvodu.
- 3) Rozpracovat získané statistické údaje a porovnat návštěvnost v regionu s ostatními regiony Ukrajiny či východní Evropy.
- 4) Hierarchizovat získané údaje a zjistit, který region je z vytyčeného území západní Ukrajiny nejnavštěvovanější.
- 5) Dále pokračovat v komunikaci se ukrajinským statistickým úřadem a zjistit, zda existuje nějaká koncepce na podporu cestovního ruchu v regionu západní Ukrajiny. Zjistit, do jaké míry ovlivňuje cestovní ruch ekonomiku regionu.
- 6) Opět navázat komunikaci s univerzitou v Užhorodě a s profesorem Shandorem, požádat ho o spolupráci a vypracování případného dotazníkového šetření v oblasti západní Ukrajiny.
- 7) Zhodnotit a konkretizovat jednotlivé potenciály cestovního ruchu. Více se zaměřit na ostatní místa, která nebyla konkretizována v regionu západní Ukrajiny.
- 8) V rámci realizačního potenciálu se pokusit zahrnout do analýzy všechny ubytovací zařízení v regionu.
- 9) Doplnit jednotlivé návrhové projekty a rozšířit je i o místa, která nebyla do návrhových projektů zahrnuta, popř. jak jsem již uvedla, pokusit se navrhnout strategii celého rozvoje. Více specifikovat cenové náklady projektů. Zjistit, zda by např. Klub českých turistů uvítal větší propagaci turistiky v Karpatech.

PŘÍLOHY:

Příloha č. 1: Mezinárodní příjezdy v letech 1995 – 2004 dle WTO

Ukrajina	1995	2000	2003	2004	období	1995 - 2000	2000 - 2003	2003 - 2004
příjezdy v 1 000	3 716	6 431	12 514	15 629	vývoj v %	173,06	194,59	124,89

Zdroj: <http://unwto.org>, 2012

Příloha č. 2: Mezinárodní příjmy v letech 1995 – 2004 dle WTO

Ukrajina	1995	2000	2003	2004	2005	období	1995 - 2000	2000 - 2003	2003 - 2004
příjmy v US \$	191	394	935	2 560	3125	vývoj v %	206,28	237,31	273,80

Zdroj: <http://unwto.org>, 2012

Příloha č. 3: Příjezdy turistů na Ukrajinu v letech 2000 – 2011 dle USÚ

	zahraniční turisté, včetně jednodenních návštěvníků	zahraniční turisté	domácí turisté
2000	6 430 940	377 871	1 350 775
2001	9 174 166	416 186	1 487 623
2002	10 516 665	417 729	1 544 956
2003	12 513 883	590 641	1 922 010
2004	15 629 213	436 311	1 012 261
2005	17 630 760	326 389	932 318
2006	18 935 775	299 125	1 039 145
2007	23 122 157	372 455	2 155 316
2008	25 449 078	372 752	1 386 880
2009	20 798 342	282 287	1 094 170
2010	21 203 327	335 835	649 299
2011	21 415 296	343 511	604 728

Zdroj: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 2012

Příloha č. 4: Vývoj návštěvnosti turistů Ukrajiny v letech 2000 – 2011

	vývoj návštěvnosti zahraničních turistů, včetně jednodenních návštěvníků v %	vývoj zahraničních turistů v %	vývoj domácích turistů v %
2000 - 2001	142,66	110,14	110,13
2001 - 2002	114,63	100,37	103,85
2002 - 2003	118,99	141,39	124,41
2003 - 2004	124,89	73,87	52,67
2004 - 2005	112,81	74,81	92,10
2005 - 2006	107,40	91,65	111,46
2006 - 2007	122,11	124,51	207,41
2007 - 2008	110,06	100,08	64,35
2008 - 2009	81,73	75,73	78,89
2009 - 2010	101,95	118,97	59,34
2010 - 2011	101,00	102,29	93,14

Zdroj: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 2012

Příloha č. 5: Počet turistů příjezdějících do vymezených regionů v letech 2005 - 2011

region	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Volyn	57 319	642 54	68 687	67 044	45 674	52 041	49 711
Zakarpattya	63 796	69 942	72 970	76 965	56 320	52 080	57 029
Ivano-Frankivsk	169 890	326 276	1 268 923	59 5031	51 1397	53 333	60 448
Lviv	90 756	93 553	117 242	14 3610	109 947	153 939	167 964
Rivne	50 413	55 318	57 780	58 383	44 090	39 702	39 012
Ternopil	36 798	35 814	33 092	32 929	23 095	19 949	18 241
Khmelnytskyi	40 301	40 416	56 793	69 508	61 032	59 806	37 405
Chernivtsi	61 567	66 627	75 758	80 987	6 3112	64 084	48 365
Ukrajina	1 825 649	2 206 498	2 863 820	3 041 655	2 290 097	2 280 757	2 343 496

Zdroj: komunikace se zástupce USÚ 2012

Příloha č. 6: Vývoj návštěvnosti ve vymezených regionech v letech 2005 – 2011

Vývoj návštěvnosti v %	2005 - 2006	2006 - 2007	2007 - 2008	2008 - 2009	2009 - 2010	2010 - 2011
Volyn	112,10	106,90	97,61	68,13	113,94	95,52
Zakarpattya	109,63	104,33	105,47	73,18	92,47	109,50
Ivano-Frankivsk	192,05	388,91	46,89	85,94	10,43	113,34
Lviv	103,08	125,32	122,49	76,56	140,01	109,11
Rivne	109,73	104,45	101,04	75,52	90,05	98,26
Ternopil	97,33	92,40	99,51	70,14	86,38	91,44
Khmelnyskiy	100,29	140,52	122,39	87,81	97,99	62,54
Chernivtsi	108,22	113,70	106,90	77,93	101,54	75,47
Ukrajina	120,86	129,79	106,21	75,29	99,59	102,75

Zdroj: komunikace se zástupce USÚ 2012

Příloha č. 7: Podíl turistů v regionu západní Ukrajina na celkových příjezdech na Ukrajinu v letech 2005 - 2011

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
západní Ukrajina	513 521	752 200	1 682 558	1 124 457	868 993	494 934	428 464
Ukrajina celkem	1 825 649	2 206 498	2 863 820	3 041 655	2 290 097	2 280 757	2 343 496
podíl celkové návštěvnosti v %	28	34	59	37	38	22	18

Zdroj: komunikace se zástupce USÚ 2012

Příloha č. 8: Podíl zahraničních turistů na celkovém příjezdu turistů na Ukrajinu v letech 2005 - 2011

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ukrajina celkem	1 825 649	2 206 498	2 863 820	3 041 655	2 290 097	2 280 757	2 343 496
zahraniční turisté v regionu západní Ukrajiny	326 389	299 125	372 455	372 752	282 287	335 835	343 511
podíl v %	18	14	13	12	12	15	15

Zdroj: komunikace se zástupce USÚ 2012

**Příloha č. 9: Počet zahraničních turistů přijíždějících do regionu západní Ukrajina
v letech 2005 - 2011**

region	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ukrajina	326 389	299 125	372 455	372 752	282 287	335 835	343 511
Volyn	3 433	4 083	5 103	5 826	3 357	4 021	2 815
Zakarpattya	14 728	11 726	8 985	10 735	7 761	8 425	9 096
Ivano-Frankivsk	20 089	8 621	1 072	1 739	2 222	4 528	3 428
Lviv	11 233	8427	9 478	14 062	9 306	9 894	12 097
Rivne	3 108	3528	3 685	2 600	1 221	1 341	1 142
Ternopil	805	396	9	220	453	521	569
Khmelnyskiy	1 091	839	752	2 461	1 270	196	17
Chernivtsi	5 165	7 801	8 017	6 729	5 828	4 082	2 204

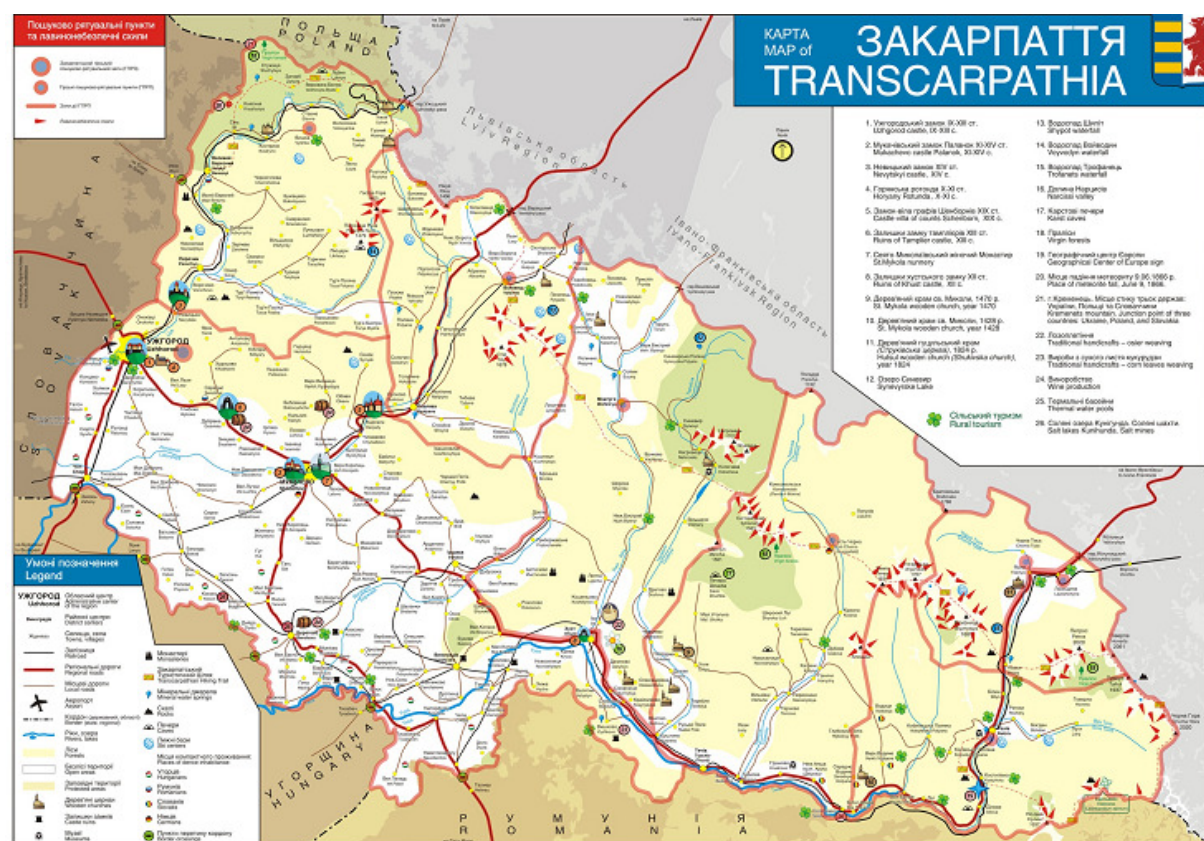
Zdroj: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 2012

**Příloha č. 10: Vývoj návštěvnosti zahraničních turistů v regionu západní Ukrajina
v letech 2005 - 2011**

Vývoj návštěvnosti v %	2005 - 2006	2006 - 2007	2007 - 2008	2008 - 2009	2009 - 2010	2010 - 2011
Ukrajina	91,65	124,51	100,08	75,73	118,97	102,29
Volyn	118,93	124,98	114,17	57,62	119,78	70,01
Zakarpattya	79,62	76,62	119,48	72,30	108,56	107,96
Ivano-Frankivsk	42,91	12,43	162,22	127,77	203,78	75,71
Lviv	75,02	112,47	148,36	66,18	106,32	122,27
Rivne	113,51	104,45	70,56	46,96	109,83	85,16
Ternopil	49,19	2,27	2444,44	205,91	115,01	109,21
Khmelnyskiy	76,90	89,63	327,26	51,61	15,43	8,67
Chernivtsi	151,04	102,77	83,93	86,61	70,04	53,99

Zdroj: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 2012

Пříloha č. 11: Obrázek vybudovaných tras Klubem českých turistů



Zdroj: www.karpaty.net, 2012

Příloha č. 12: Ubytovací zařízení v regionu Západní Ukrajiny

	název ubytovacího zařízení	místo	kvalita
1	Intourist-Zakarpate Hotel Uzhgorod	Uzhgorod	3
2	Praha Hotel Uzhgorod	Uzhgorod	4
3	Nautilus Uzhgorod	Uzhgorod	1
4	Old Continent Hotel	Uzhgorod	4
5	Hotel Restaurant Complex Izumrud Uzhhorod	Uzhgorod	3
6	Kamelot	Uzhgorod	4
7	Duet Hotel Uzhhorod	Uzhgorod	3
8	Duet Plus Uzhhorod	Uzhgorod	4
9	Zolota Gora Hotel-Rancho	Uzhgorod	4
10	Termal Star Complex	Uzhgorod	3
11	Hotel Complex Olymp	Uzhgorod	4
12	Hotel Eduard	Uzhgorod	4
13	Atlant Hotel	Uzhgorod	3
14	Hotel Uzhgorod	Uzhgorod	3
15	Dubky Complex	Uzhgorod	3
16	Palanok Hotel	Mukachevo	3
17	Zolota Pava Berehove	Berehove	2
18	Hotel Star Mukacheve	Mukachevo	3
19	Reikartz Carpaty	Zhdeniyevo	4
20	Reikartz Polyana	Polyana	2
21	Tourist Complex Karina	Polyana	2
22	Kateryna	Polyana	1
23	Passage Hotel Berehove	Berehove	2
24	Fantasia Hotel	Polyana	2
25	SOLVA Resort	Polyana	2
26	Sykhiv Hotel	Lviv	3
27	Reikartz Medievale Lviv	Lviv	4
28	Dnister Hotel	Lviv	4
29	Leopolis Hotel Lviv	Lviv	4
30	Family House Lviv	Lviv	2
31	Fan Camp 2012 Lviv	Lviv	2
32	Old Town Apartments Lviv	Lviv	1
33	Hotel Volter Lviv	Lviv	3
34	George Hotel Lviv	Lviv	3
35	Hotel Nton Lviv	Lviv	3
36	Eurohotel Lviv	Lviv	3
37	Apartments At Opera Lviv	Lviv	2

38	Orion Hotel Lviv	Lviv	3
39	Reikartz Dworzec Lviv Hotel	Lviv	3
40	Central Square Hostel Lviv	Lviv	1
41	Hostel Del Pozitiff	Lviv	3
42	Hotel Mars	Lviv	3
43	Edem Hotel Lviv	Lviv	3
44	Drevny Grad Hotel	Lviv	5
45	Vintage Boutique Hotel	Lviv	4
46	Leocity Hostel Lviv	Lviv	1
47	Eney Hotel	Lviv	4
48	Theatrical Hostel	Lviv	1
49	Delice Hotel	Lviv	4
50	Buhta Vikingiv	Lviv	2
51	Galytska Street	Lviv	4
52	Wien Hotel	Lviv	3
53	Opera Hotel Lviv	Lviv	4
54	Palma	Lviv	4
55	Lion's Castle Hote	Lviv	3
56	Grand Hotel Lviv	Lviv	4
57	Old City Hostel Lviv	Lviv	1
58	Citadel Inn Hotel & Resort	Lviv	5
59	2 Bedroom Apartment in Lviv City Center	Lviv	3
60	Swiss Hotel	Lviv	4
61	Deluxe Hostel Under The Roof	Lviv	2
62	Compass Inn Hostel	Lviv	2
63	Argo Lviv	Lviv	3
64	Nobilis Hotel	Lviv	5
65	Chopin Hotel	Lviv	4
66	Stadium Apartments Lviv	Lviv	4
67	Compass Hostel Lviv	Lviv	2
68	Sputnik Lviv	Lviv	4
69	Sherwood	Lviv	2
70	Hotel Helikon Zapytiv	Lviv	2
71	Lemberg Hostel	Lviv	1
72	The Georgehouse Hostel Lviv	Lviv	1
73	Bazikalo Hostel Lviv	Lviv	1
74	Europe	Lviv	1
75	Hotel on the Lake Na Ozere	Lviv	1
76	Budget hotel Ekotel	Lviv	1
77	Lviv Apartments	Lviv	1
78	Lviv's Prospekt Shevchenka Apartments	Lviv	1

79	Staryi Krakiv Hotel	Lviv	2
80	Hostel Your House 2012	Lviv	1
81	Navaria Nova	Lviv	2
82	Cherry Hostel Lviv	Lviv	1
83	Gold Lion Hostel	Lviv	1
84	Hostel Kurmanovich	Lviv	2
85	Hetman Hotel Lviv	Lviv	2
86	Nash Hostel	Lviv	2
87	Kak Doma Apartments 2	Lviv	2
88	Lviv's Opera House Apartments	Lviv	2
89	Lviv's Rynok Square Apartments	Lviv	1
90	Lviv's University Apartments	Lviv	1
91	On The Square Guesthouse	Lviv	1
92	Palada Hotel	Lviv	2
93	Lemberg Apartments	Lviv	1
94	Hostel Sun	Lviv	2
95	Bilia Parku Hotel	Lviv	1
96	Low Cost Apartments Lviv	Lviv	1
97	Hotel Leotel	Lviv	3
98	Classic Hostel Lviv	Lviv	1
99	Status Hotel Lviv	Lviv	2
100	Old Ukrainian Home Hostel	Lviv	2
101	Coffee Home Hostel	Lviv	2
102	Hotel Katerina Lviv	Lviv	2
103	Gerold	Lviv	3
104	Nikolas	Lviv	1
105	Lake Land Resort	Lviv	2
106	Soviet Home Hostel	Lviv	1
107	Hotel Vatra Lviv	Lviv	1
108	Apartments	Lviv	1
109	Hostel MisterHostel	Lviv	1
110	Hostel Under the Holy Spirit	Lviv	1
111	Kopa Hotel	Lviv	4
112	Modern Hostel	Lviv	1
113	Rayske Yabloko	Lviv	4
114	Apple Hostel Lviv	Lviv	1
115	Cats' House Hostel	Lviv	2
116	Shelter Hostel Lviv	Lviv	1
117	Yellow House Hostel Lviv	Lviv	1
118	Sport Hostel	Lviv	1
119	Apartments Under The Holy Spirit	Lviv	2

120	Grand Rezort Lviv	Lviv	4
121	GHOSTel Medieval Hostel	Lviv	1
122	Guest House Kapacah	Lviv	1
123	Panska Gora Hotel Lviv	Lviv	3
124	Lviv Live Hostel	Lviv	1
125	Guesthouse Andrew's	Lviv	2
126	Irena Apartments Hotel	Lviv	3
127	Hotel Prestige Lviv	Lviv	2
128	Hostel Astoria	Lviv	1
129	Etna Hotel Lviv	Lviv	1
130	Kak Doma Apartments 1	Lviv	2
131	Kak Doma Apartments 3	Lviv	2
132	Lviv Luxuries Homes	Lviv	2
133	Angel Hotel Lviv	Lviv	1
134	Hotel Tsisar	Lviv	1
135	Apartment ZimaSnow Ski & Spa Club Bukovel	Ivano-Frankivsk	3
136	Pid Templem Hotel	Ivano-Frankivsk	3
137	Nadia Hotel Ivano-Frankovsk	Ivano-Frankivsk	2
138	Black Castle	Ivano-Frankivsk	2
139	Auscoprut	Ivano-Frankivsk	3
140	Hotel Complex Legenda	Ivano-Frankivsk	2
141	Hotel Zelenyi Klyn	Ivano-Frankivsk	2
142	Motelchik	Ivano-Frankivsk	1
143	Hostel Fenomen	Ivano-Frankivsk	1
144	Park k Hotel	Ivano-Frankivsk	4
145	Bydmo Zdorovi	Khomyakuvka	2
146	Krai Neba	Khomyakuvka	2

Zdroj: <http://www.hotelscombined.cz> 2012

Příloha č. 13: Přehled všech oblastí Ukrajiny v českém a anglickém jazyce

český název	anglický název
Čerkaská oblast (Čerkasy)	Cherkasy
Černihovská oblast (Černihov)	Chernihiv
Černovická oblast (Černovice)	Chernivtsi
Dněpropetrovská oblast (Dněpropetrovsk)	Dnipropetrovsk
Doněcká oblast (Doněck)	Donetsk
Charkovská oblast (Charkov)	Ivano-Frankivsk
Chersonská oblast (Cherson)	Kharkiv
Chmelnycká oblast (Chmelnyckyj)	Kherson
Ivanofrankivská oblast (Ivano-Frankivsk)	Khmelnytskyi
Kyjevská oblast (Kyjev)	Kiev
Kirovohradská oblast (Kirovohrad)	Kirovohrad
Luhanská oblast (Luhansk)	Luhansk
Lvovská oblast (Lvov)	Lviv
Mykolajivská oblast (Mykolajiv)	Mykolaiv
Oděská oblast (Oděsa)	Odessa
Poltavská oblast (Poltava)	Poltava
Rovenská oblast (Rovno)	Rivne
Sumská oblast (Sumy)	Sumy
Ternopilská oblast (Ternopil)	Ternopil
Vinnycká oblast (Vinnycja)	Vinnytsia
Volyňská oblast (Luck)	Lutsk
Zakarpatská oblast (Užhorod)	Uzhorod
Zápороžská oblast (Zápороží)	Zaporizhia
Žytomyrská oblast (Žytomyr)	Zhytomyr
2 města se zvláštním statutem:	
Kyjev – hlavní město Ukrajiny	Kyiv
Sevastopol – nespádá pod Krymskou republiku	Sevastopol

Zdroj: <http://cs.wikipedia.org>, <http://en.wikipedia.org> 2012

Poznámka: tato příloha je zařazena, neboť v celé práci využívám české i anglické názvy regionů

ZDROJE

Použitá literatura

- BIČÍK, I. a kol.(2004): Školní Atlas Světa, Kartografie, Praha. 175 s.
- BLAŽEK, J. (2009): Inovace, technologie, konkurenceschopnost, regionální inovační strategie a regionální rozvoj. Power Pointová prezentace. Lokální a regionální rozvoj II.
- BLAŽEK, J. (2009): Strategie lokálního/ regionálního rozvoje. Power Pointová prezentace. Lokální a regionální rozvoj II.
- BRANDOS, O. KLESLO, M. a kol. (2010): Zakarpatská Ukrajina, ukrajinské Karpaty – Poloniny- turistický a trekový průvodce. SKY, Ostrava, 448 s.
- Dzúrová, D., Spilková J. (2008): Testování hypotéz. Statistická analýza dat II. Přednášky.
- EVANS, A. (2011): Turistický průvodce Ukrajina. Jota, Brno, 480 s.
- Geografické rozhledy (2006/2007-16-5)
- HAVLÍČEK, T., CHROMÝ, P., JANČÁK, V., MARADA, M. (2005): Vybrané teoreticko-metodologické aspekty a trendy geografického výzkumu periferních oblastí. In čermák a kol.: Problémy periferních oblastí. Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy, Praha, s. 6-25.
- HRALA, V. (2001): Geografie cestovního ruchu. Idea Servis, Praha, 205 s.
- HRONČEKOVÁ, L. (2008): Vzájemný cestovní ruch Ukrajiny a České republiky. Diplomová práce. Cestovní ruch, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE, 92 s.
- LEDYDA, K (2009): Význam zámku "Palanok" pro cestovní ruch Zakarpatského regionu. Bakalářská práce. Cestovní ruch a regionální rozvoj, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE, 48 s.
- JOHNSTRONE, S., GREY, B.(2009): Ukrajina – průvodce Lonely Planet. Svojtka & Co., Praha, 300 s.
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Výkladový slovník cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 448 s.
- SKIBINSKA, O. (2012): Lvov – význam historického centra pro cestovní ruch města. Bakalářská práce. Cestovní ruch a regionální rozvoj, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE, Praha, 47 s.
- TUREK, K. (2010): Analýza polarizace porostou a možnosti rozvoje periferních území příkladu Trutnovska. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PŘF UK, 118 s.
- VOPATOVÁ, T. (2011): Strategie rozvoje cestovního ruchu obce Velké Bílovice. Bakalářská práce. Veřejná správa a regionální rozvoj, Národohospodářská fakulta VŠE, Praha, 44 s.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M: (2008): Destinace – vymezení, typologizace a regionalizace, životní cyklus destinace. Power Pointová prezentace.

ZELINKOVÁ, J. (2012): Analýza rozvojové regionální politiky Ukrajiny. Diplomová práce. Regionální rozvoj a správa, Ekonomická správní fakulta MU, Brno, 95 s.

Internetové zdroje

Airports Ukraine- letiště Ukrajiny, <<http://www.ukraine-travels.com/ukrainian-airports/>>

All about Europe <<http://evropa-geo.blog.cz/0905/ukrajina> 2012>

American Business center, <<http://www.odessa-abc.com/>>

Articlesbase, Tourism in Ukraine – a New Industry But More and More Important,

<<http://www.articlesbase.com/travel-articles/tourism-in-ukraine-a-new-industry-but-more-and-more-important-296929.html>>

Britské listy - Volby na Ukrajině, <<http://blisty.cz/art/51021.html>>

Bruntál net, <<http://www.bruntal.net/2005051301-volynsti-cesi>>

Business Info – oficiální portál pro podporu podnikání a export,

<<http://www.businessinfo.cz/>>

Czechtourism – Česká centrála cestovního ruchu, <www.czechtourism.cz>

Časopis Cot Business <www.cot.cz>

České dráhy <<http://www.cd.cz/mezinarodni-cestovani/vlakem-do-evropy>>

ČSA Czech Airlines <http://www.csa.cz/cs/portal/homepage/cz_homepage.htm>

Dovolná, atlas zájezdů <<http://dovolena.zajezdy.cz/ukrajina/>>

Eseta Group, <<http://www.eseta.cz/lokalita/ukrajina/turisticka-oblast/-/typ/-/strana/1>>

EURO fotbal, <<http://www.eurofotbal.cz/euro-2012/mesta-stadiony/lvov/>>

Hotels Combined <<http://www.hotelscombined.cz>>

Hospodářské noviny, Boršč, holubce a vareniky. Ukrajinská jídla jsou jedna báseň,

<<http://hn.ihned.cz/c1-22248720-borsc-holubce-a-vareniky-ukrajinska-jidla-jsou-jedna-basen>>

Hospodářské noviny, Martin Tlapa: Ukrajina nahrává novým obchodům, <<http://hn.ihned.cz/c1-14121450-martin-tlapa-ukrajina-nahrava-novym-obchodum>>

Internetový magazín o Karpatských horách <www.karpaty.net>

iRU.CZ – Informační a podnikatelský systém,

<<http://www.irucz.ru/pda/cz/zpravy/1/118000000000-ukrajina/118001000000-ukrajina--zapadni/118001007000-zakarpatoblast/407-politika-cr-+-sr/13614-vysocina-podpori-zakarpati-letos-castkou/>>

Karpaty Wschodnie pl., <http://www.karpatywschodnie.pl/viewpage.php?page_id=25 />

Klub českých turistů <www.kct.cz/cms>

Kraj Vysočina a spolupráce s Vysočinou <<http://www.kr-vysocina.cz/zakarpatska-ukrajina/ds-300884/p1=26646>>

LACHMANOVÁ, L.: Metoda Delphi: principy a zkušenosti s jejím využitím
<http://everest.natur.cuni.cz/akce/socp_diferenciace/3_pruzkum_metoda.html>

Maďarsko – hraniční přechody, <<http://www.madarsko.cz/doprava/hranicni-prechody/>>

Mezinárodní sdružení tureckých podnikatelů na Ukrajině UTIAD, <<http://www.utiad.org>>

Město Dobříš, SWOT analýza, <<http://www.mestodobris.cz/swot-analyza-cestovniho-ruchu/d-350528>>

Městská doprava na Ukrajině, <<http://tram.rusign.com/cz/ua-mhd.html>>

Migrate Online, <<http://www.migrateonline.cz>>

Ministerstvo pro místní rozvoj, <<http://www.mmr.cz/>>

Ministerstvo pro místní rozvoj, Postavení a význam cestovního ruchu České republiky,
<<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5030fa35-535b-439a-a571-ddd135650142>>

Ministerstvo zahraničních věcí <www.mzv.cz>

Ministerstvo zahraničních věcí, Ukrajina – celní a devizové
<http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/ukrajina/cestovani/duty.html>

Ministerstvo zahraničních věcí, Projekty realizované v roce 2011: Karpatské česko-polské turistické trasy - setkávání českých a polských turistů na Zakarpatské Ukrajině,
<http://www.mzv.cz/cesko-polske_forum/cz/podpora_projektu/realizovane_projekty/rok_2011/projekty_realizovane_v_roce_2011_4.html>

Nieynana Ukraina, <<http://www.nieznaukraina.pl/en/1991/pociagiem-ukraina-euro-2012/>>]

Novinky CZ, Žebříček nejpopulárnějších destinací sexuální turistiky
[<http://www.novinky.cz/cestovani/153469-zebricek-nejpopularnejsich-destinaci-sexualni-turistiky-na-svete.html>]

Orbion – cestovní průvodce, <http://ukrajina.orbion.cz/stat/pruvodce/doprava-2594/>>

Orbion – Nejzajímavější místa, města, památky - napříč Ukrajinou,
<http://www.ukrajinistika.upol.cz/Docs/Realie/napric_ukrajinou.pdf>

Podnikatel <<http://www.podnikatel.cz/>>

Schengenská brána, Zakarpatská vinná cesta, <<http://brana.webex.sk/index.php?ids=8>>

Sex Tourism, <<http://www.sex-tourism.org/books.html>>

Seznam levného ubytování, <<http://www.levneubytovani.net/ukrajina/>>

Slováci na Ukrajině, <http://krajane.czu.cz/wiki-pkokaisl/doku.php?id=slovaci_na_ukrajine>

Slované – Ukrajina -
<http://www.slovane.ic.cz/slovane/ukrajina/ukrajina_prirodni_pomery.htm 5. 6. 2012>

State export support, ukrajinský statistický úřad,
<<http://www.ukrexport.gov.ua/eng/economy/brief/tourism/ukr/204.html>>

Státní výbor statistiky Ukrajiny, <<http://ukrstat.gov.ua/>>

Strategické plánování a řízení rozvoje území, <http://www.rozvoj-pk.cz/soubory/topmanazeri/Den02_studijni_material_SP.pdf>

Stručná charakteristika českého osídlení v jednotlivých státech,
<http://krajane.czu.cz/geografie-nab/doku.php?id=strucna_charakteristika_ceskeho_osidleni_v_jednotlivych_statech>

Svátky, zvyky, tradice – článek o ukrajinských zvycích,
<http://www.ukrajinistika.upol.cz/Docs/Realie/Svatky_tradice_zvyky.pdf>

Světadíly <<http://ukrajina.svetadily.cz>>

Travel to Ukraine – cestovní kancelář, <<http://www.traveltoukraine.org/regions.html>>

Trenking cz – cestovní kancelář, <<http://www.treking.cz/cestovani/ukrajina-dopravni-predpisy.html>>

UNESCO United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, <<http://www.unesco.org/>>

Ukrajina světadíly, Koločava, <<http://ukrajina.svetadily.cz/clanky/Olbrachtova-Kolocava>>

Ukrajina světadíly, Sinevirský národní park, <<http://ukrajina.svetadily.cz/clanky/Sinevirsky-narodni-park>>

Ukrajina Tour - cestovní kancelář, <<http://ukrajinatour.cz/proc-navstivit-ukrajinu/>>

Welcome to Ukraine - článek s profesorem Naumenkem
<<http://www.wumag.kiev.ua/index2.php?param=pgs20051/110>>

Vinorum – maďarská vína, <<http://vinorum.cz/content/7-Mapa-vinarskych-oblasti-madarska>>

Wikipedia - internetová encyklopedie - Lvovská oblast,
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Lvovská_oblast>

Wikipedia - internetová encyklopedie – Podkarpatská oblast,
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Map_of_Ukraine_political_simple_Oblast_Transkarpatien.png>

Wikipedia - internetová encyklopedie - Mapa ukrajinských hlavních silnic,
<http://en.wikipedia.org/wiki/File:Ukraine_Major_Roads.png>

Wikipedia- internetová encyklopedie – Vinohradnické oblasti Slovenska,
<http://sk.wikipedia.org/wiki/Súbor:Vinohradnicke_oblasti_Slovenska.png>

Wikitravel Ukraine – cestovní kancelář, <<http://wikitravel.org/en/Ukraine>>

WTO – United Nation World Tourism Organisation <www.unwto.org>

Zápisník cestovatele – internetové stránky cestovatele po Ukrajině,
<<http://www.jakubinsky.com/products/kolocava/>>

Země světa – geografický časopis, <<http://www.zemesveta.cz/>>